LAST UPDATE【2015/08/21】

じげん｜3679｜

Research Report by Shared Research Inc.

当レポートは、掲載企業のご依頼により株式会社シェアードリサーチが作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等がございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。ブルームバーグ端末経由でも受け付けております。

LAST UPDATE【2015/08/21】

目次

要約

幅広い分野におけるコンテンツアグリゲーションモデルを展開

- 同社の中核事業は専門領域に特化した情報を一括検索できる検索サイトの運営である。同社では、この検索サイトを「アグリゲートメディア」と称している。一般の専門検索サイトにおけるクライアントは、例えば求人サイトでは、求人募集している企業となる。サイト運営者はこれらクライアントからの案件をサイトに掲載して広告料収入を得ている。しかし、同社サイトにおけるクライアントは他の専門検索サイトである。同社はそれぞれのジャンル毎に、複数の検索サイトの集客を請け負っている。外部にある複数の専門検索サイトに掲載された情報を、同社の検索サイトに一括掲載し集客することで大手サイトから紹介手数料を得ている。
- 同社の課金設定は成果報酬型であるため、クライアントである大手サイト側の先行負担がない。また、同社のサイトでは複数の大手サイトの情報を集約して掲載するため情報の掲載件数が大手サイトよりも多く、幅広く網羅している。また、掲載情報については、一括検索・一括応募が可能であり、ユーザーの煩雑さ解消にも役立っている。専門検索サイトは複数あるが、同社は独自のビジネスモデルを展開することで、高い利益率と高成長を実現している。2014年7月末時点で、同社は18種類の専門検索サイトを展開している。同社は、これらのサイトを総称してライフメディアプラットフォーム事業としている。（後述の「事業内容」の項参照）

業績動向:市場規模拡大とユーザー基盤拡充を背景に8期連続の増収増益を達成中。

- 2016年3月期の通期計画は、売上高4,450百万円（前期比42.8%増）、営業利益1,560百万円（同28.8%増）、経常利益1,540百万円（同24.5%増）、当期純利益847百万円（同23.6%増）である。既存事業の成長や前期に実施したM&Aの効果などを背景として、9期連続の増収増益を達成する計画である。
- 同社は具体的な中長期計画を開示していないが、時価総額1兆円企業を目指す意向を明らかにしている。同社の考える1兆円企業の3条件とは、プラットフォーム事業であること、多領域・多地域へ展開していること、複数のビジネスモデルを持つことである。
- 日本では、安倍首相が経済を活性化させる3つのファクターを示すキーワードとして、「アベノミクス三本の矢」を掲げている。同社では、これに倣って、中長期的な成長戦略のキーワードとして、「ジゲノミクス三本の矢」を掲げている。第一の矢は展開領域の拡張、第二の矢は展開地域の拡張、第三の矢は収益形態・事業モデルの拡張としている。（後述の「業績動向」の項参照）

同社の強みと弱み

SR社では、同社の強みを、大手サイトとのしがらみが少ないこと、先行するユーザー基盤とキャッシュフロー、市場ニーズの変化に迅速な対応ができるチーム体制だと考えている。一方、弱みは、特定取引先への依存度の高さ、低いエントリーバリア、新たなビジネスエリアでの展開力と考えている。（後述の「SW（Strengths, Weaknesses）分析」の項参照）

主要経営指標の推移

損益計算書（百万円）	10年3月期 単体	11年3月期 単体	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結	16年3月期 会社予想（連結）
売上高	**228.8**	**315.7**	**538.1**	**1,172.5**	**1,927.2**	**3,116.4**	**4,450.0**
前年比	80.3%	38.0%	-	117.9%	64.4%	61.7%	42.8%
売上総利益	**183.7**	**250.8**	**453.5**	**1,047.0**	**1,799.7**	**2,888.2**	
前年比	102.8%	36.5%	-	130.9%	71.9%	60.5%	
売上総利益率	80.3%	79.4%	84.3%	89.3%	93.4%	92.7%	
営業利益	**61.6**	**67.7**	**227.3**	**591.5**	**925.5**	**1,211.4**	**1,560.0**
前年比	174.7%	9.9%	-	160.3%	56.5%	30.9%	28.8%
営業利益率	26.9%	21.5%	42.2%	50.4%	48.0%	38.9%	35.1%
経常利益	**61.7**	**67.8**	**227.4**	**591.5**	**906.6**	**1,236.8**	**1,540.0**
前年比	172.7%	10.0%	-	160.1%	53.3%	36.4%	24.5%
経常利益率	26.9%	21.5%	42.3%	50.4%	47.0%	39.7%	34.6%
当期純利益	**35.5**	**39.5**	**119.7**	**356.7**	**536.3**	**685.7**	**847.0**
前年比	231.9%	11.1%	-	198.0%	50.3%	27.9%	23.5%
純利益率	15.5%	12.5%	22.2%	30.4%	27.8%	22.0%	19.0%
一株当たりデータ　（円）							
期末発行済株式数　（千株）	36,295.0	36,295.0	47,950.0	50.1	51.7	51.7	
EPS	0.98	1.09	2.50	7.28	10.58	13.26	16.38
DPS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
BPS	4.89	5.97	4.94	12.19	39.73	53.09	-
貸借対照表　（百万円）							
現金・預金・有価証券	142.6	173.1	202.7	584.1	1,903.8	3,837.3	
流動資産合計	**194.4**	**239.1**	**348.8**	**910.3**	**2,344.6**	**4,660.5**	
有形固定資産	13.4	12.8	16.1	5.9	83.6	83.7	
投資その他の資産計	16.2	17.0	25.8	28.5	82.1	495.4	
無形固定資産	7.4	4.9	2.9	13.9	24.0	3,149.2	
資産合計	**231.4**	**273.8**	**393.7**	**958.6**	**2,534.3**	**8,388.8**	
流動負債合計	**53.1**	**57.0**	**157.0**	**348.7**	**462.9**	**4,069.4**	
固定負債合計	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**17.7**	**1,575.0**	
負債合計	**53.1**	**57.0**	**157.0**	**348.7**	**480.6**	**5,644.4**	
純資産合計	**178.3**	**216.8**	**236.7**	**609.9**	**2,053.7**	**2,744.4**	
有利子負債（短期及び長期）	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4,583.0	
キャッシュフロー計算書　（百万円）							
営業活動によるキャッシュフロー	-	-	172.5	406.1	588.0	817.1	
投資活動によるキャッシュフロー	-	-	-6.9	-41.0	-154.4	-3,431.6	
財務活動によるキャッシュフロー	-	-	-107.0	16.6	884.5	4,532.4	
財務指標							
総資産経常利益率（ROA）	31.6%	26.8%	30.4%	87.5%	51.9%	22.6%	
自己資本利益率（ROE）	22.3%	20.0%	50.6%	84.3%	40.3%	28.6%	
自己資本比率	77.1%	79.2%	60.1%	63.6%	81.0%	32.7%	

出所：会社データよりSR社作成
＊表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
＊2012年3月期より連結決算となっている。
＊同社は2012年9月に株式1株につき35,000株の株式分割を行っている。期末発行済み株式数にはこれを遡及修正して適用している。

直近更新内容

概略

2015年8月21日、株式会社じげんへの取材を踏まえ、2016年3月期第1四半期決算の概要を更新した。

2015年8月12日、同社は2016年3月期第1四半期決算を発表した。
（決算短信へのリンクはこちら、詳細は2016年3月期第1四半期決算項目を参照）

2015年6月22日、同社への取材を踏まえて2015年3月期第通期決算の概要を更新した。

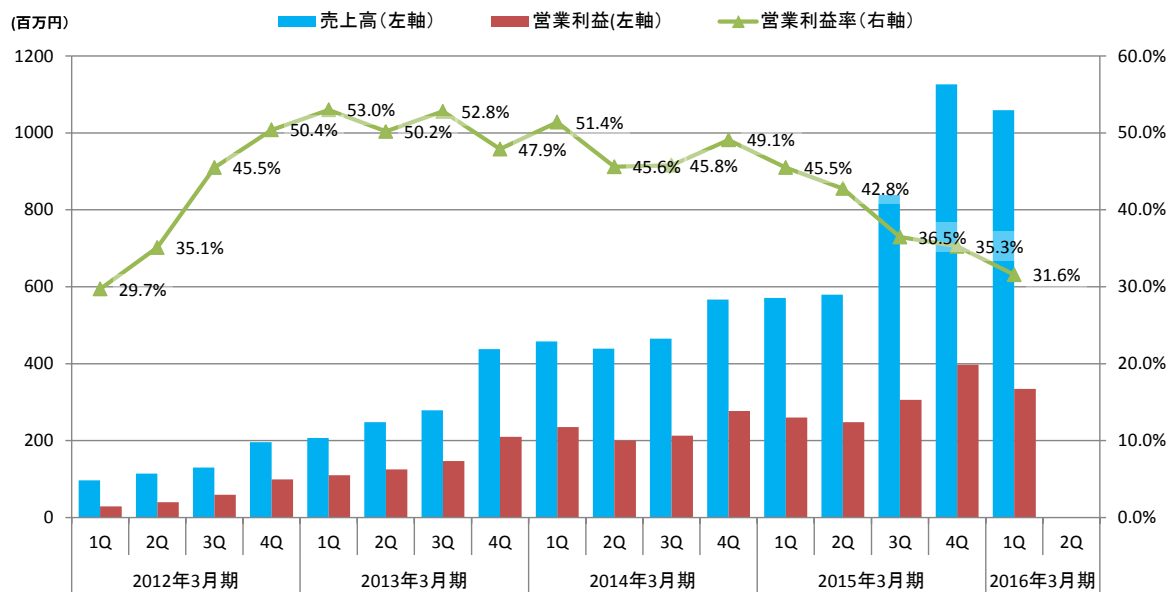
3か月以上経過した会社発表は、ニュース&トピックスへ

業績動向

四半期業績動向

四半期業績推移（百万円）	15年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q	16年3月期 1Q	2Q	3Q	4Q	16年3月期	
売上高	572	580	839	1,126	1,059	-	-	-	-	-
前年比	*24.9%*	*32.1%*	*80.3%*	*99.2%*	*85.3%*	-	-	-		
売上総利益	546	538	778	1,026	955	-	-	-	-	-
前年比	*27.2%*	*32.2%*	*80.6%*	*92.6%*	*75.0%*	-	-	-		
売上総利益率	95.5%	92.9%	92.8%	91.1%	90.2%	-	-	-		
販管費	286	290	472	628	621	-	-	-	-	-
前年比	*47.0%*	*40.3%*	*116.7%*	*146.5%*	*117.5%*	-	-	-		
売上高販管費比率	50.0%	50.1%	56.3%	55.8%	58.6%	-	-	-		
営業利益	260	248	306	397	334	-	-	-	-	-
前年比	10.8%	23.9%	43.7%	43.1%	28.4%	-	-	-		
営業利益率	45.6%	42.8%	36.5%	35.3%	31.6%	-	-	-		
経常利益	260	247	314	415	325	-	-	-	-	-
前年比	10.4%	*24.5%*	*61.9%*	*49.2%*	25.1%	-	-	-		
経常利益率	45.5%	42.6%	37.4%	36.9%	30.7%	-	-	-		
当期利益	159	141	167	218	182	-	-	-	-	-
前年比	11.0%	*16.1%*	*79.5%*	*22.5%*	13.9%	-	-	-		
当期利益率	27.9%	24.4%	20.0%	19.3%	17.1%	-	-	-		
累計値	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	（進捗率）	通期会予
売上高	572	1,151	1,990	3,116	1,059	-	-	-	23.8%	4,450
前年比	*24.9%*	*28.4%*	*46.1%*	*61.7%*	*85.3%*	-	-	-		42.8%
売上総利益	546	1,084	1,863	2,888	955	-	-	-		
前年比	*27.2%*	*29.6%*	*47.0%*	*60.5%*	*75.0%*	-	-	-		
売上総利益率	95.5%	94.2%	93.6%	92.7%	90.2%	-	-	-		
販管費	286	576	1,048	1,677	621	-	-	-		
前年比	*47.0%*	*43.6%*	*69.3%*	*91.8%*	*117.5%*	-	-	-		
売上高販管費比率	50.0%	50.0%	52.7%	53.8%	58.6%	-	-	-		
営業利益	260	508	814	1,211	334	-	-	-	21.4%	1,560
前年比	*10.8%*	*16.8%*	*25.6%*	*30.9%*	*28.4%*	-	-	-		28.8%
営業利益率	45.6%	44.2%	40.9%	38.9%	31.6%	-	-	-		35.1%
経常利益	260	507	821	1,237	325	-	-	-	21.1%	1,540
前年比	*10.4%*	*16.8%*	*30.8%*	*36.4%*	*25.1%*	-	-	-		24.5%
経常利益率	45.5%	44.1%	41.3%	39.7%	30.7%	-	-	-		34.6%
当期利益	159	301	468	686	182	-	-	-	21.4%	847
前年比	*11.0%*	*13.3%*	*30.5%*	*27.9%*	*13.9%*	-	-	-		23.5%
当期利益率	27.9%	26.1%	23.5%	22.0%	17.1%	-	-	-		19.0%

出所：会社データよりSR社作成
＊表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。
＊13年3月期は前年が単体決算開示であったため、前年比は非表示・

売上高および営業利益、同利益率の四半期動向

出所: 会社資料をもとにSR社作成

主要指標の四半期推移

		2013年3月期				2014年3月期				2015年3月期				2016年3月期		
項目名	単位	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
案件数（DB数）	(万件)	266	279	433	446	457	506	555	561	582	622	640	650	660		
月間UU数	(万件)	380	399	424	575	622	596	600	694	735	765	723	900	861		
売上高	(百万円)	207	248	279	439	458	439	465	565	572	580	839	1,126	1,059		
売上総利益	(百万円)	-	-	255	384	429	407	431	532	546	538	778	1,026	955		
営業利益	(百万円)	110	125	147	211	235	200	213	277	260	248	306	397	334		
1DB当りの月間UU数	(件)	1.4	1.4	1.0	1.3	1.4	1.2	1.1	1.2	1.3	1.2	1.1	1.4	1.3		
1UU当りの売上高	(円)	18.16	20.72	21.93	25.4	24.5	24.5	25.9	27.2	25.9	25.3	38.7	41.7	41.0		
1UU当りの売上総利益	(円)	-	-	20.0	22.3	23.0	22.8	23.9	25.6	24.8	23.5	35.9	38.0	37.0		
1UU当りの営業利益	(円)	9.6	10.4	11.6	12.2	12.6	11.2	11.8	13.3	11.8	10.8	14.1	14.7	12.9		

出所：会社データよりSR社作成
注：月間UU（ユニークユーザー数）とはウェブサイトを訪問した人の伸べ人数。

2016年3月期第1四半期連結実績

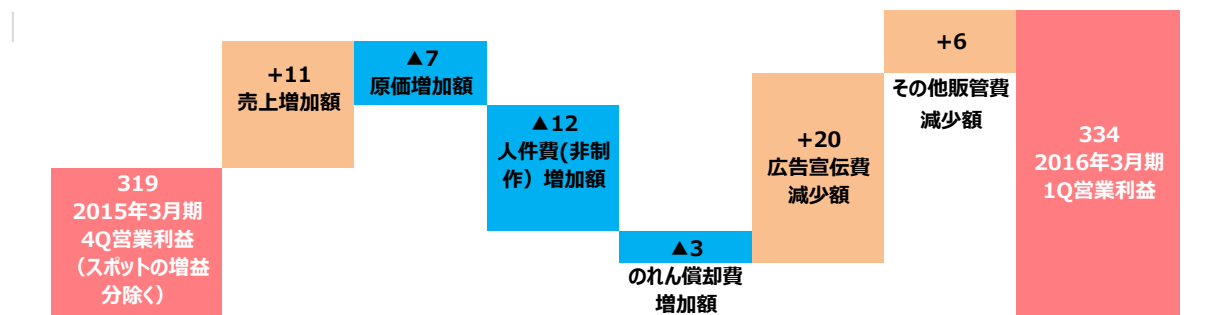
2016年3月期第１四半期の通期連結業績では、売上高は1,059百万円（前年同期比85.3%増）、売上総利益は955百万円（同75.0%増）、営業利益は334百万円（同28.4%増）、経常利益は325百万円（同25.1%増）、当期純利益は182百万円（同13.9%増）となった。

通期会社計画に対する進捗率では、売上高23.8%（前年同期は18.3%）、営業利益は21.4%（同21.5%）となり、総じて順調な業績拡大傾向が継続した。

例年第1四半期は閑散期であることもあり、繁忙期である直前四半期（2015年3月期第4四半期）に対して売上高は約6%の減収となった。ただし、直前四半期にあったブレインラボ社やリジョブ社のスポット売上78百万円を除けば、小幅ながら増収を確保している。費用面では、広告宣伝費や、新卒採用に伴う人件費増加、前期に実施した

M&Aに伴うのれん償却費の増加などがあったが、増収効果で吸収した。この結果、利益面でも、閑散期であるにも関わらず、直前四半期のスポットでの増益額78百万円を除けば約5%の増益を達成している。

営業利益の増減益要因（対前四半期比）

（単位：百万円）

出所：同社説明会資料をもとにSR社作成

コスト内訳の四半期推移（百万円）	2015年3月期 1Q	同構成比	2Q	3Q	4Q	2015年3月期 1Q	同構成比	対前年同期 構成比増減
売上高	572	100.0%	580	839	1,126	1,059	100.0%	-
売上原価	26	4.5%	41	61	101	104	9.8%	5.2%
人件費（制作）	34	5.9%	47	60	74	67	6.4%	0.4%
その他費用	14	2.5%	23	41	59	73	7.0%	4.5%
売上総利益	546	95.5%	539	778	1,026	955	90.2%	-5.3%
販管費	286	50.0%	291	472	628	621	58.6%	8.6%
人件費（非制作）	62	10.9%	75	132	157	168	15.9%	5.0%
広告宣伝費	143	25.0%	114	140	229	209	19.8%	-5.2%
研究開発費	5	1.0%	10	10	5	8	0.8%	-0.2%
のれん償却費	0	0.0%	12	35	39	42	4.0%	4.0%
その他費用	70	12.3%	80	160	197	191	18.1%	5.8%
営業利益	260	45.6%	248	306	397	334	31.6%	-14.0%

出所：同社説明資料をもとにSR社作成
注1：振替勘定を行っているため、上記の費用が総費用ではない。
注2：人件費(制作)はエンジニア、デザイナーの人件費。
注3：人件費(非制作)はそのほかの営業、マーケティング、コーポレート等の人件費を含んだ費用である。

同社が属するインターネット分野では、スマートフォン契約者数の増加やタブレット端末の普及により、インターネット利用シーンの多様化並びに利用頻度の増加が見られ、市場規模もそれに伴い拡大している。このような事業環境のもと、同社は、既存事業の展開領域及び展開地域の拡張に加えて、新規事業の創出並びにビジネスモデルの多様化を推進している。

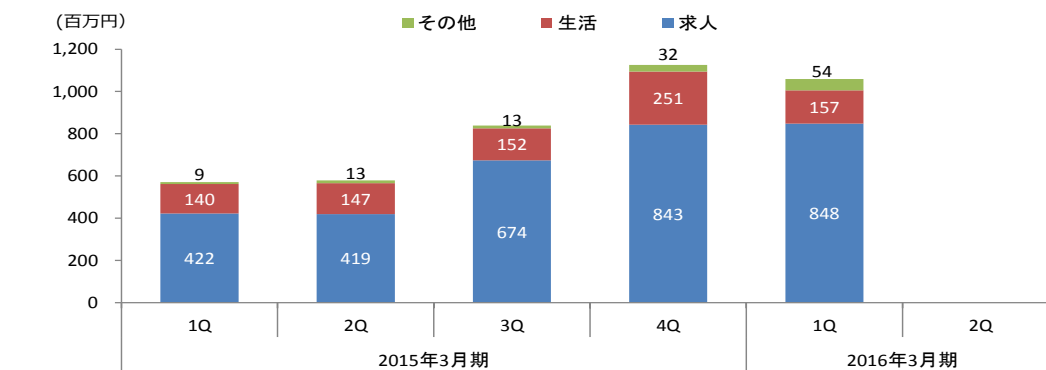
閑散期である今第１四半期の平均月間UU数は8.6百万件となり、直前四半期に対して約4%減となった。ただし、前年同期に対しては約17%増となった。一方、DB数は、新規メディアとの連携を複数実施したことなどから着実に伸びており、今第1四半期の実績は直前四半期比1.5%増の6.6百万件、前年同期比では約13%増となった。

なお、PCサイトを中心に展開してきた同社であるが、急成長するスマートフォン市場への対応も着実に進めている。同社では、各サービスでスマートフォンに軸足を置き、ユーザビリティの改善を進めているとのこと。同社のデバイス別UU数の構成比をみると、2012年3月期第4四半期ではPCが約80%、スマートフォンが約20%であった。しかし、この比率は、2014年3月期の期中に逆転し、直近のスマートフォンの構成比は70%弱の水準で推移し

ている。

同社ではIR強化と戦略明確化のため領域セグメントの開示を開始した。同社のこれまでの事業区分は、ライフメディアプラットフォーム事業とその他の２つであった。新たな開示区分では、ライフメディアプラットフォーム事業が、求人領域と不動産を中心とした生活領域に分けて開示されている。また、同時にライフメディアプラットフォーム事業に直接関連しない新規事業がその他に移管された。

求人領域は同社最大のセグメント区分であり、事業の水平展開や垂直展開で他の事業に先行している。同社では、この成功モデルを生活分野などに適応し、今後のビジネスエリアの拡充を進めるとしている。

セグメント別四半期売上推移

出所：会社資料をもとにSR社作成

セグメント別の今第１四半期の売上については、求人領域が848百万円（前年同期比100.9%増）、生活領域が157百万円（同12.1%増）、その他が54百万円（同500.0%増）となった。各セグメントともに前年同期比対しては大幅な伸びを達成したが、上述したように、第１四半期は閑散期であるため、直前四半期に比べて伸び悩み傾向がみられた。とりわけ、不動産関連が中心の生活領域は閑散期の影響を受け前四半期比で減速した。ただし、同領域は第４四半期に偏重した業績計画であるため、計画通りの進捗であったとしている。その他事業では2015年2月にM&Aをしたエアロノーツの業績が今四半期よりフル寄与している。

各セグメントの状況は以下の通りである。

求人領域は、転職EX、アルバイトEX、看護師求人EX等の求人に関連するEXサイトと株式会社リジョブ、株式会社ブレイン・ラボから構成されている。同領域では、求人広告市場の規模拡大を背景に、業績伸長が継続した。EXサイトでは、ウェブサイトの改修継続とともに、新たな広告手法・戦略を試験的に導入し、既存事業のネイティブアプリをリリースするなど、変化する市場動向に適合すべくサービスの最適化を図った。リジョブ社では、既存事業の業績拡大と共に、介護求人領域に参入するなど、新領域への拡張を行った。また、ブレイン・ラボ社では顧客数拡大を推進し、積み上げ式の売上モデルにより継続的に成長した。

生活領域は、賃貸SMOCCA!-ex、住宅購入EX、中古車EX、婚活EX、旅行EX等の生活に関連するEXサイトから構成されている。同領域では、前四半期と比べ不動産分野の繁忙期後の需要減少が影響したが、前年同期比では堅調に成長した。また、提供するコンテンツとユーザーニーズのマッチング精度の改善、ユーザー行動の分析による

サイト機能の改善等、ユーザービリティの向上に取り組んだ。

新規事業領域における進捗では、ベトナムの戦略子会社ZIGExN VeNtura Co.,Ltd.を主軸として、グローバルを対象とするサービスの展開国数を増やすなど、フィジビリティスタディをさらに拡大させた。じげんスタンプにおいては提携企業を増加させ、O2O領域の更なる拡大を見込んでいる。また、2015年2月に買収したエアロノーツ社をにじげん社と合併し、両社の連携を強めることで、電話占い事業の拡充を図った。

なお、同社が金融事業で参入を検討しているクラウドファンディングについては、投資型（資金提供者が資金を出資し、これに対して収益の一部が資金提供者に分配されるタイプ）と寄付型（資金提供者が資金を寄付として提供し、何のリターンも発生しないタイプ）、購入型（資金提供者が一定の製品等を購入し、その対価として資金を提供するタイプ）に大別される。このうち、投資型は、金融証券取引法の対象となり免許が必要となるが、他の２つは対象外であるため免許は不要である。同社は、従来は投資型での参入を検討していたが、現在は、既存事業で蓄積した強みを生かすために、免許が不要である購買型での展開を検討しているもようである。

同社が2015年6月17日に発表したスカイマーク社との提携に関しては、現時点では同社が強みとするWebマーケティングのノウハウをスカイマーク社に対して無償でアドバイスしているとのこと。既に一定の成果を上げているもようであり、今後の展開については両社で検討中であるとしている。

過去の四半期実績と通期実績は、過去の業績と財務諸表へ

今期会社計画

連結業績（百万円）	14年3月期 上期実績	14年3月期 下期実績	14年3月期 通期実績	15年3月期 上期実績	15年3月期 下期実績	15年3月期 通期実績	16年3月期 通期会予
売上高	**896**	**1,031**	**1,927**	**1,151**	**1,965**	**3,116**	**4,450**
前年比	-	-	-	28.4%	90.7%	61.7%	42.8%
売上原価	60	67	127	67	161	228	
売上総利益	**836**	**963**	**1,800**	**1,084**	**1,804**	**2,888**	
前年比	-	-	-	29.6%	87.2%	60.5%	
売上総利益率	93.3%	93.5%	93.4%	94.2%	91.8%	92.7%	
販売費及び一般管理費	401	473	874	1,084	1,101	1,677	
売上高販売管理費率	44.7%	45.9%	45.4%	94.2%	56.0%	53.8%	
営業利益	**435**	**490**	**926**	**508**	**703**	**1,211**	**1,560**
前年比	-	-	-	16.8%	43.4%	30.9%	28.8%
営業利益率	48.5%	47.6%	48.0%	44.2%	35.8%	38.9%	35.1%
経常利益	**434**	**472**	**907**	**507**	**729**	**1,237**	**1,540**
前年比	-	-	-	16.8%	54.4%	36.4%	24.5%
経常利益率	48.4%	45.8%	47.0%	44.1%	37.1%	39.7%	34.6%
当期純利益	**265**	**271**	**536**	**301**	**385**	**686**	**847**
前年比	-	-	-	13.3%	42.1%	27.9%	23.5%

出所：会社データよりSR社作成
＊表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

2016年3月期通期連結業績見通し

2016年3月期も好調が続き、9期連続の増収増益となる計画

同社の2016年3月期の通期計画は、売上高4,450百万円（前期比42.8%増）、営業利益1,560百万円（同28.8%増）、経常利益1,540百万円（同24.5%増）、当期純利益847百万円（同23.6%増）である。既存事業の成長や前期に実施したM&Aの効果などを背景として、9期連続の増収増益を達成する計画である。

営業利益は前期比28.8%の予想であるが、営業利益率は35.1%となり、前期の38.9%に対して低下する計画である。同社は、この一因は、持続的な成長を維持するために新分野への投資を実施しているためとしている。同社は、既存分野の収益拡大に伴って、新規分野への展開を加速させている。同社によれば、新規分野へのチャレンジをしなければ、40%を超える営業利益率を実現することは可能であるとのこと。前期に実施したM&A案も収益寄与はしたものの、のれん代などの影響もあり、利益率低下要因になった。今期についても、この新分野拡充の影響で、営業利益率は低下するものの、既存事業の成長などもあり、絶対額での増益を確保する計画であるとしている。

なお、今期計画の想定には、新たなM&Aは含んでいないとしている。このため、同社では、新たなM＆Aが実現した場合には、計画を上振れる可能性もあるとしている。

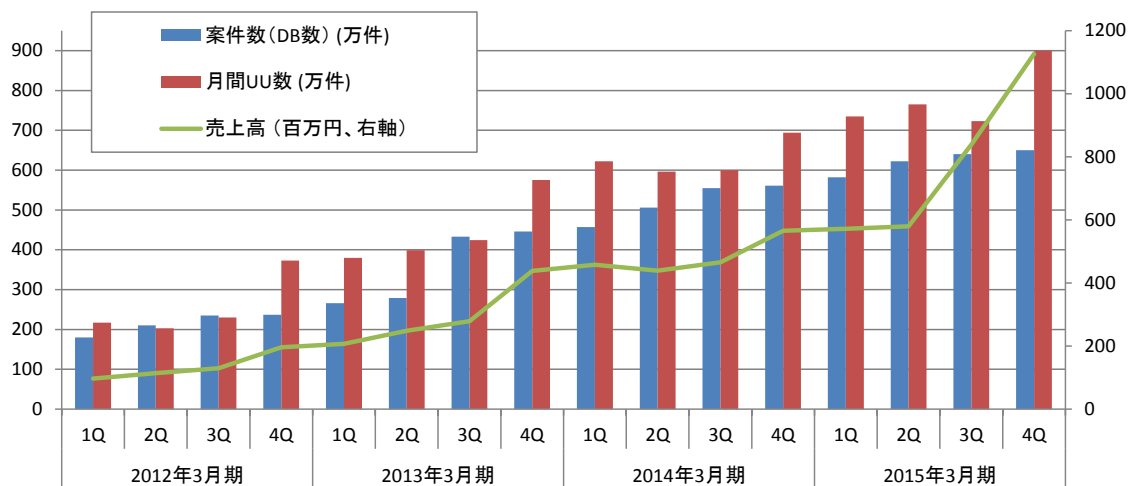
会社計画は保守的な水準と見られる

大手顧客との提携強化や新規顧客獲得により、四半期ベースにおける同社の案件数は着実に積みあがっている。この案件数増加に応じて、同社のサイトにアクセスする月間ユニークユーザー数も急増しており、同社の売上拡大につながっている。現在、同社の主要市場である求人市場も堅調拡大基調を続けている。同社の売上高と案件数（DB数）・ユーザー数は相関関係にある。このため、現在の案件・ユーザー数の増加ペースを考慮すると、2016年3月期における同社業績は予想に対して上振れする可能性があるとSR社では見ている。

過去2年間の期初会社計画と実績値の動向

期初会社予想と実績 （百万円）	売上高	売上総利益	営業利益	経常利益	純利益
2014年3月期					
期初予想	1,793	1,640	860	844	534
実績	1,927	1,800	926	907	536
期初会予と実績の格差	134	160	66	63	2
2015年3月期					
期初予想	2,718	2,448	1,199	1,199	631
実績	3,116	2,888	1,211	1,237	686
期初会予と実績の格差	398	440	12	38	55

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

同社の案件数および月間ユニークユーザー数の推移

出所：会社データをもとにSR社作成

中長期見通し

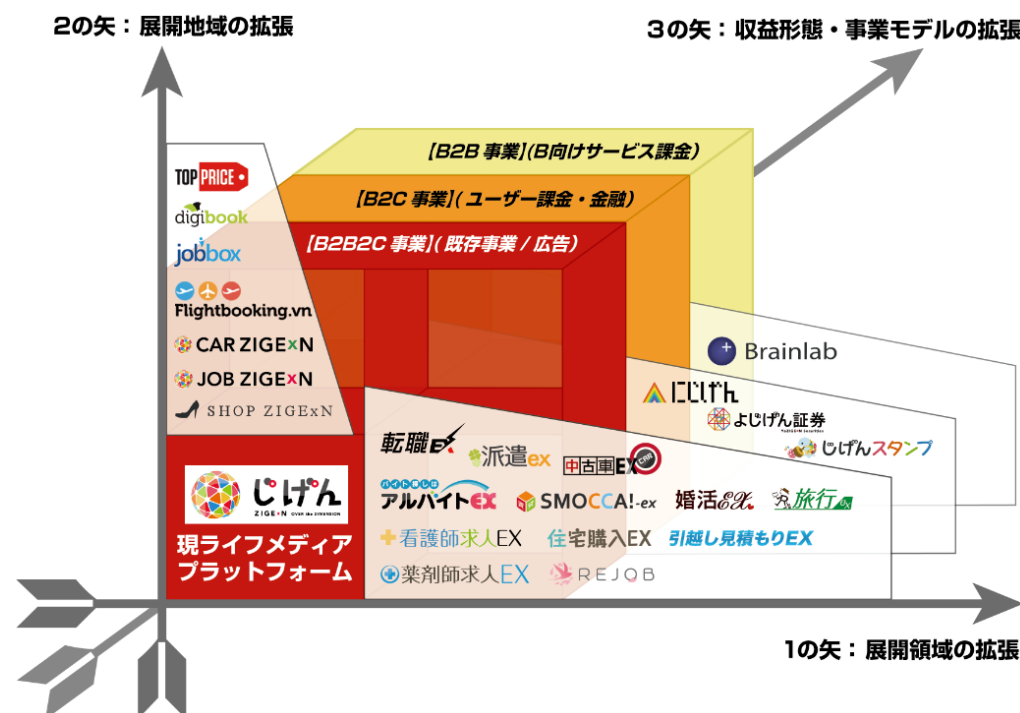
同社が考える時価総額１兆円企業に向けての３条件

同社は2013年11月に上場を果たしたこともあり、2014年5月に実施した2014年3月期の決算説明会において、将来目標として時価総額1兆円企業を目指す意向を明らかにしている。具体的な数値計画は開示していないが、同社は自社が考える1兆円企業の必要条件として以下の3点を示している。

- ▶ プラットフォーム事業であること。
- ▶ 多領域・多地域へ展開していること。
- ▶ 複数のビジネスモデルを持つこと。

同社は「OVER the DIMENSION」を経営理念に掲げ、急成長するインターネット分野において「生活機会の最大化」を目指し、インターネットを通じて世界をつなぐ「場」の提供を行っている。同社の今後における成長戦略として、上記の3条件を満たすべく、既存のライフメディアプラットフォーム事業を多領域・多地域に展開するとともに、ユーザー課金型の事業モデルや、ビジネスクライアント向けのサービス課金事業等、多様な事業領域にも積極的に展開する意向である。

更なる事業領域の拡充を狙いジゲノミクス三本の矢のコンセプトを発表

日本では、安倍首相が経済を活性化させる3つのファクターを示すキーワードとして、「アベノミクス三本の矢」を掲げている。同社では、これに倣って、中長期的な成長戦略のキーワードとして、「ジゲノミクス三本の矢」を掲げた。2015年3月期からは、この「ジゲノミクス三本の矢」に沿って事業領域の拡張をすすめるとしている。

出所：会社資料

また、同社は、自社を“次元を超える事業家集団”と位置付けている。事業戦略として、“ジゲノミクス”で中期的な

成長を目指すにあたっては、経営人材や事業開発人材の不足が課題になると見ている。そこで、同社は中期戦略コンセプトとして以下の点を掲げている。

次元を超える事業家集団の中期戦略略コンセプト

戦略	“ジゲノミクス”３本の矢	・全体の事業拡張の根幹となる展開戦略 ・ライフメディアプラットフォームの拡張と展開地域拡張とビジネスモデル多様化の掛け合わせ ・実際の利益の成長と、市場からの評価向上の両立
組織	“空間”を超える国際経営視点の組織設計	・人材の質や地理的特徴を鑑み、ファンクション毎に最適なアロケーションを検討 ・第一弾として、開発・保守運用の機能をベトナムの戦力子会社ZIGExN VeNtura社に一部移管
風土	“空気”を変える事業化育成主義	・個の能力・興味に事業家意識を掛け合わせる毎で能力を開花させる ・ビジネス能力だけでなく社会貢献やクリエイティブ系の思考など人減の多様性が組織の強さとして認識
加速	“時間”を超える投資・戦略的経営	・事業・企業への積極的な投資と戦略的提携により、非連続な企業成長を目指す ・PMI*機能を強化することで、投資・提携効果の最速・最大化

出所：会社資料をもとにSR社作成
*Post Merger Integration：M＆Aによる統合効果を確実にするために、統合阻害要因等に対し事前検証を行い、統合後にそれを反映させた組織統合マネジメントを推進すること。

なお、2015年3月期の同社の決算説明会では、同社が目指す世界観を、「格差の是正」とすることを新たに発表した。同社によれば、同社のこれまでのビジネスモデルでは、ITを使って、ユーザーの情報格差を解消してきたとのこと。「ジゲノミクス三本の矢」に沿って拡張を図る今後の事業展開では、この視点を拡大し、情報格差にとどまらず、様々な格差の解消を目指すとしている。

“ジゲノミクス”３本の矢それぞれの概要は以下の通りである。

第一の矢は展開領域の拡張

新規サイトを開設で事業領域を拡充

ジゲノミクス「第一の矢」は、広告収入を主体とした国内の既存ビジネスモデルを新ジャンルへ展開することである。同社は求人広告のアグリゲートメディアを皮切りとして様々なアグリゲートメディアを展開してきた。これにより、同社が運営するサイト数は着実に増加しており2015年3月期末では18種類のサイトを運営している。この結果、売上、利益ともに順調に拡大しており、8期連続の増収増益を達成している。

同社設立後の新規EXサイトのスタート時期

開始時期	サイト名
2006.06	同社の前身である株式会社ドリコムジェネレーションメディア設立
2008.03	ライフメディアプラットフォーム事業を開始。転職情報検索サイト**「転職EX」**スタート
2008.07	自動車検索サイト**「自動車EX」**スタート
2008.08	派遣情報検索サイト「派遣EX」スタート
2008.09	アルバイト情報検索サイト「アルバイトEX」スタート
2009.06	結婚相談所情報検索サイト「婚活EX」スタート
2009.12	看護師求人情報検索サイト「看護師求人EX」スタート
2010.02	引越し見積もり情報サイト「引越見積もりEX」スタート
2010.03	インターネットプロバイダー比較検索サイト「プロバイダーEX」スタート
2010.06	賃貸不動産検索サイト「賃貸SMOCCA!-EX」スタート
2012.06	太陽光発電システム見積もり情報サイト「太陽光発電EX」スタート
2012.12	チケット売買仲介サイト「チケット・チェキットex」スタート
2013.01	薬剤師求人情報検索サイト「薬剤師求人EX」スタート
2013.06	国内パッケージ旅行検索サイト「旅行EX」スタート

出所：会社資料をもとにSR社作成

今後は既存領域のECや教育、グルメなどの分野へ展開

現在は、転職や転居、自動車購入など、各々のユーザーにとって接触頻度が低いジャンルが中心であった。今後は、ECや教育、グルメなど、よりユーザーの使用頻度が高いジャンルへの展開を進めユーザーリテンションの強化につなげていく意向である。

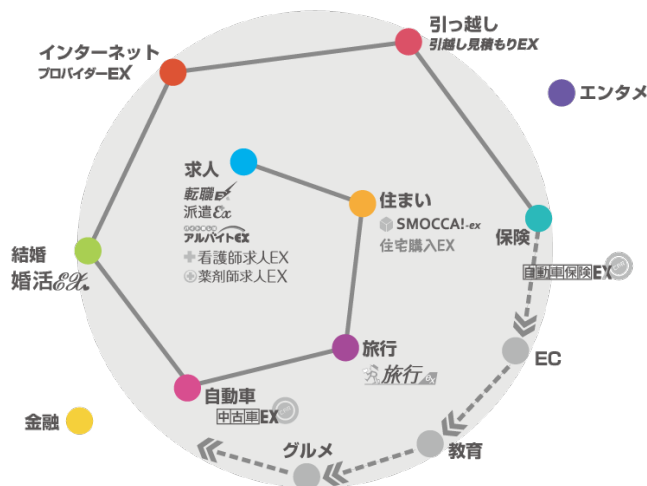
各領域でのサービス深堀りや関連領域展開にも注力

同社は次々と新たなサイトを立ち上げているが、看護師求人EXのように特定の領域の中でも、より高付加価値（しかしニッチ）な領域のメディアを立ち上げ、単体での収益化に成功している事例もある。このため、同社は上記の新分野への展開に加えて、既存の各領域でのサービスを深堀りし、関連領域にも展開することによる領域内でのポジショニング強化も狙っている。例えば、領域特化型サイトの例としては、アルバイトEXから派生する、ガテン系バイト専門サイトや美容部員専門サイト、賃貸SMOCCA！-exから派生する、高級賃貸専門サイトやシェアハウス専門サイトなどが考えられるとのこと。また、周辺領域への展開の例としては、賃貸SMOCCA！-exから派生する、リフォーム見積もりサイト、（鍵や水道などの）お困り事対応サイト、旅行exから派生する、旅行保険サイトやBTM・企業向けサービスなどが考えられるとのこと。既存領域で得たノウハウを活かせる領域のマーケティングを開始し、適切な領域選定と早期の立ち上げを狙う意向である。

展開領域拡充と集客力向上を狙いキュレーションメディアの展開を推進中

インターネットやスマートフォンの普及により様々なキュレーション（情報収集）メディアが登場している。同社では、課金ポイントを持つ同社のバーティカルメディアと集客装置としてのキュレーションメディアは相性が良いとみている。このため、同社では、複数領域でキュレーション（情報収集）コンテンツや、オリジナルコンテンツの作成にも着手し始めている。

既に、「Faura」（美容情報を集めたビューティーメディア）や「see-sow」（動画でDIY情報を提供するメディア）などの展開を開始している。「Faura」は、同社が展開する美容・ヘルスケア分野（リジョブ社など）、「see-sow」は住まい分野（賃貸SMOCCA！-exや、住宅購入EXなど）への集客を狙っているとのこと。また、転職分野に関するメディアも投入予定であるとしている。同社では、今後も新規のキュレーションメディアの展開を予定しているとのこと。これにより、展開領域の拡充とサイト集客力の向上を図るとしている。

第一の矢：圧倒的な地位確立のために様々な領域へ展開

出所:会社資料

従来の枠組みを超えて一気通貫型のマッチングプラットフォーム実現を目指す

同社が運営するサイトが有する主な機能は集客と応募である。同社では、今後は、同社のビジネスの上流工程（営業、原稿作成・編集、掲載などの機能）や下流工程（面接、内定、採用、入金などの機能）への展開をすすめる意向である。同社が、2015年3月期に買収したリジョブ社とブレイン・ラボ社は、この上流工程と下流工程の機能を有している。同社では、これらの機能を取り込み一気通貫型のマッチングプラットフォームの構築することで、付加価値の拡大を狙うとのこと。今後は、特に営業、原稿編集機能を強化し、さらにデータベースの拡充を図るとしている。

第二の矢は展開地域の拡張

海外では日本の事業運営のノウハウを活かしつつ、現地に即した商材の発掘を推進する計画

シゲノミクスの「第二の矢」は展開地域の拡張である。同社では、大きな市場規模を誇る欧米市場をはじめとした海外市場に積極的に展開を図ることで、サービスの多国展開を達成する事が、一層の事業発展に向けた重要な要素であると考えている。同社は、海外では日本における事業運営のノウハウを活かしつつも、海外のそれぞれの市場特性に見合ったサービスをローンチしていくとのことである。

この同社の海外戦略は既に動き出している。2013年1月には、東南アジアを中心とした新興国でのインターネット関連市場の拡大を見据え、オフショアでの制作拠点及び東南アジア向けメディアの開発を目的として、ベトナムに子会社ZIGExN VeNtura Co.,Ltd.を設立した。そして、海外案件第一弾であるベトナムの航空券事業は2014年3月期の期中に収益化を達成している。

同社は、このベトナムを拠点として、アジア・新興国向けメディア事業の展開を進める意向である。また、それ

と同時に、将来を見据えて、欧米、その他地域向けサービスの新規事業開発やフィジビリティスタディも行っている。重点地域における現地法人設立や現地有力企業とのパートナーシップ構築により、現地でインターネットメディアを展開できる環境の整備並びに、海外事業の立ち上げと拡大・成長を図る計画である。

同社では、グローバルの展開については、以下の３つの展開領域に分けて考えてきたとのこと。今後もこの枠組みに沿って、ZIGExN VeNtura社での展開などをはじめとして、積極的にサービスの世界展開を図る意向である。このため、国内で、国際事業を行うグローバルチームを発足し、今後の展開の準備を進めているとしている。

現在の主な領域展開

展開領域	海外から海外（国内から国内）	海外から日本	日本から海外
主なサービス	JOB　ZIGExN：クローリングの技術を用いた求人情報の統合プラットフォーム既に7カ国でサービスを開始	SHOP　ZIGExN：海外のファッションサイトをまとめて検索でき輸入代行も行う。アイテム数は40万以上	CAR　ZIGExN：信頼度の高い日本の中古車の新興国への輸出の仲介を行うプラットフォーム

出所：同社決算説明会資料をもとにSR社作成

同社では、今後の展開として、以下の３つを狙っている。

- **インバウンド需要の取り込み：**観光産業市場の拡大によりホテル宿泊と共にAirBnB等のサービスが世界の市場にて台頭。グローバルでの市場の伸びを確実に捉えていく。
- **アウトバウンド需要の取り込み：**Made in Japan製品が中国をはじめ再度取り上げられる事例が増加。日本の強みを海外に打ち出していくニーズを捉えていく。
- **バーティカルDBの深耕と拡張：**じげん社の強みである「特定領域×DB統合」の強みを横展開する。現在の展開領域は「求人」「自動車」「アパレル」「航空券予約」と限定的だがこれらの領域を更に深耕及び拡張させていく展開を目指す。

海外子会社を活用したコスト削減と開発力強化の取り組み

同社では、海外子会社であるZIGExN VeNtura社などを活用して、オフショアでのサービス開発を実施している。同社によれば、既に全社の半分程度の開発をオフショアで行っており、コスト削減に成功しているとのこと。同社では、このコスト削減の成果及び従業員の技術力向上を背景に、オフショアの発注を増やす計画である。2015年3月期末のオフショアの開発要員は前期末比で23名増の54名となった。同社では、2016年3月期末までに70名体制を目指すとのこと。この従業員の増員により、全社におけるより一層のコスト削減と余剰リソースの創出による新規サービスの開発力強化を目指すとしている。

第三の矢は収益形態・事業モデルの拡張

収益形態・事業モデルの拡張の第一弾として証券事業へ参入

シゲノミクス「第三の矢」は、収益形態・事業モデルの拡張である。既存のビジネスモデルがユーザー（C）を集客し企業（B）へ誘導することで広告収入を獲得するB to B to Cビジネスモデルを主体としているのに対して、個人（B to C）や企業（B to B）からの直接課金を狙うとしている。また、事業間シナジーの顕在化ができる領収に展開を進めることで、収益構造の多様化を図る意向である。その第一弾が証券事業への参入である。

証券事業参入を目的として2014年2月にインターキャピタル証券株式会社を買収

同社は、この証券事業への参入を目的として、2014年2月にインターキャピタル証券株式会社（同年4月1日付で「株式会社よじげん証券」へ商号変更）の全株式を取得した。同社によれば、証券市場ではインターネットを利用した個人による証券取引が拡大することが見込まれるとのこと。この中で、同社はインターキャピタル証券社のもつ人的資源と、同社グループがもつインターネットサービス提供のノウハウを融合し、多様化する投資ニーズに対応することで、ユーザーの投資機会を最大化するサービスを構築する意向である。

同社では、同社の強みが活かせる市場への参入を検討してきたが、2015年5月の決算発表会において、同事業で、市場の拡大が期待されるクラウドファンディングへの参入を計画していることを明らかにした。同社は、同社のオンラインマーケティングのナレッジを活用することで、ITによる地方創生を目指すとのこと。各地域の特産品について、東京など大都市圏やグローバルへの販売の拡大をサポートするために、地方事業者、自治体、首長と連携して、投資プラットフォームを提供することを狙うとしている。この計画実現のために、現在は、金融庁と継続的に協議を進めながら体制を整備中であるとしている。

第二弾はB2B事業領域への参入

同社は、ビジネスモデル多角化の一環として、2014年7月17日に、株式会社ブレイン・ラボの発行済み株式の100%を取得し、連結子会社化とすることを発表した。同社は、人材会社や派遣会社向けの管理ソフト業界で高いプレゼンスを持つブレイン社買収によって、B2B事業への参入、市場拡大が見込まれる求人市場でのサービス強化、既存事業とのシナジー効果を進める意向である。なお、同社はブレイン・ラボ社買収の背景として、情報の源泉へのリーチ、B2Bソフトウェア開発ノウハウの獲得、対象となる周辺市場規模の大きさの3点を挙げている。具体的なポイントは以下の通りである。

ブレイン・ラボ社は人材会社や派遣会社向けの業務管理ソフトでは国内最大手である。同社によれば、ブレイン・ラボ社のソフトを人材管理のために使用する人材会社は数百社に上り、それらの顧客企業が保有する求人情報は数十万件にのぼるもようである。ただし、広告費や人手の関係等から、実際に求人広告を出稿されている情報は一部にとどまっており、豊富なデータを十分に活かせていないとのこと。また、これらの顧客企業では求職者情報なども保有している場合もあるとのことである。同社では、顧客企業と連携して、これらの情報をデータベース化して、既存のデータベースの拡充を図ると見られる。同社では、これらのメディアに出回らない求人人情報や、求職者の動き方など、通常のメディア運営では知ることのできない、より情報の源泉に近い場所でビジネスをすることが可能になるとしている。

同社では、新サービスと取り組みとして、ブレイン・ラボにて候補者の選考情報、転職EXの候補者集客力という双方の強みを活かし、紹介会社が面談を断った求職者を採用につなげる仕組みのサービスを展開するとのこと。採用されにくい人材を採用させることで「雇用格差の是正」を目指すとしている。

ブレイン・ラボ社の対象となる周辺市場の状況

現在のメイン市場	今後の対象市場
国内人材紹介・派遣市場*	
人材紹介	人材派遣・請負
1,861億円	7.88兆円
海外人材派遣市場**	
国内最大手企業	グローバルTOP３社
約7,000億円	約6.2兆円

出所：会社資料をもとにSR社作成
*「2020年の労働市場と人材サービス産業の役割」人人材サービス産業の近未来を考える会
**「2010年世界人材会社売上高高ランキング」Staffing Industry Analysts

第三弾のじげんスタンプで日常消費領域への進出を狙う

同社は、株式会社ダイエーの食品ディスカウントストアである株式会社ビッグ・エー、株式会社ビックカメラなどと提携し、スマートフォンが共通のスタンプカードとして関東エリア中心に250店舗以上で利用できるアプリ「じげんスタンプ」（以下 じげスタ）を、2014年8月18日（月）より提供開始した。まずはiPhone向けの提供であるが、今後、他端末にも対応予定で、対応店舗も順次追加する計画である。

なお、じげスタとは、アプリ「じげんスタンプ」をダウンロードしたスマートフォンを持って対象店舗を訪れるだけで、アプリ上でスタンプを押し、スタンプごとに「EXポイント」を獲得でき、他店舗（ECサイト含む）の別サービス（クーポン券や抽選で当たる商品など）と交換することができるスタンプカードサービスである。また、ユーザーは対象店舗のチラシを確認したり、特売情報を調べることも可能である。同社は、じげスタの特徴として、複数店舗のスタンプをまとめて管理できる、様々な特典と交換できる、スマートフォン上でチラシ・特売情報をチェックできるの３点を挙げている。

一方、じげスタの提携先は以下の２種類に分かれる。

- スタンプ提供店舗：ユーザーが店舗を訪れた際にスタンプを獲得できる店舗。原則、ポイント等の原資負担は不要。ユーザーは利用する店舗のチラシ内容や特売情報を同アプリ内で確認することが可能である。
- クーポン等提供店舗：ユーザーがスタンプで貯めたEXポイントと交換で利用できるサービス（クーポン券や抽選で当たる商品など）を提供する店舗（ECサイト含む）。成果報酬で質の高いユーザーを獲得することが可能である。

じげスタは、クーポン券が発行された店舗から手数料をもらう仕組みであるため、成果報酬モデルで有る点では、同社の既存サービスと同じである。ただし、求人や不動産などの一時的に利用するサービスに比べて、日常的に使えるサービスであるため、ユーザー接点が広く、利用頻度が高いため、よりユーザーリテンションの効果があると見られる。

また、同社のサイトへのデバイス別流入比率で、スマートフォンの比率が7割を超えてきている。このため、同社は、じげスタにより、日常消費領域への進出とともに、スマートフォンシフト・ソーシャルシフトに伴う、“非検索の世界”での集客ノウハウの蓄積を狙っているとのこと。スマートフォンアプリへの進出も積極的に実施し、新たな集客ノウハウを蓄積していく意向である。

参入時の目標としては、アプリ100万DL、加盟店舗数1,000店舗を目指す計画であった。しかし、2015年3月期末の加盟店舗数は、その目標を上回る1,209店舗となり、順調に立ち上がっている。同社によれば、店舗数の増加に伴う利便性の向上により、利用ユーザー数、利用頻度ともに伸長しているとしている。

M＆Aの積極化による事業領域の拡充

同社のこれまでのM&Aは主に、成長期後半から安定期の企業が対象であった。しかし、同社では、今後は、創業期(主にIPOを目指す企業)や、成熟期(主にターンアラウンド案件)にも対象を広げM&Aを加速させるとしている。

創業期の企業に対してはIPOを目指した純投資や提携を実施するとのこと。同社では、この一環で、2015年2月23日に株式会社EST corporationtonとの資本業務提携を締結。ヘルスケア領域への事業展開促進と成長企業へのベンチャー投資を開始している。

一方、成熟期の企業に対しては、webでのソリューション(集客、UI改善等)、ビジネスモデル等を変化させることで飛躍的に成長できる企業を対象に、資本業務提携を行うことを想定している。

同社によれば、2015年3月期に買収したリジョブ社は、同社によるwebでのソリューションや人材の提供、ビジネスモデル改革により、短期間で売上、利益ともに大幅な伸びを実現したとのこと。成熟期の企業には、このリジョブ社のM&Aにおける知見を活かしてターンアラウンドを実行するとしている。

第一の矢の成長ポテンシャルは大きい

同社の新規事業の成長ポテンシャルは未知数であるが、既存領域だけでも事業拡充のポテンシャルが大きいとSR社は見ている。

広告市場における重要度が増すインターネット広告市場

既存の広告媒体が伸び悩む中で、インターネット広告は高水準の伸びを継続

株式会社電通（東証1部4234）が、2015年2月に発表した「2014年（平成26年）日本の広告費」によれば、2014年（1～12月）における日本の総広告費は6兆1,522億円、前年比102.9%となり、消費税率引き上げの影響はあったものの、通期では3年連続で前年実績を上回った。

媒体別には、「新聞広告費」が前年比98.2%となったが、「雑誌広告費」が同100.0%、「ラジオ広告費」が同102.3%、「テレビメディア広告費」が同102.8%（地上波テレビと衛星メディア関連の合計）となった。この結果、「マスコミ四媒体広告費」は同101.6%の2兆9,393億円となった。

一方、「インターネット広告費」（広告媒体費と広告制作費の合算値）では、同112.1%の1兆519億円と高水準の伸びが継続しており、初の1兆円超え市場となった。このうち、広告媒体費は、スマートフォン・動画広告・新しいアドテクノロジーを利用した広告が伸びた。また、広告製作費では、スマートフォンのさらなる普及などにより、コーポレートサイト・ECサイト・会員サイトの広告製作費の増加基調が続いた。「プロモーションメディア広告費」は同100.8%の2兆1,610億円となり、3年連続で前年を上回った。

媒体別広告費の動向

（億円） 媒体名	暦年ベース 2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
総広告費	68,235	69,399	70,191	66,926	59,222	58,427	57,096	58,913	59,762	61,522
マスコミ四媒体広告費	37,408	36,668	35,699	32,995	28,282	27,749	27,016	27,796	27,825	29,393
新聞広告	10,377	9,986	9,462	8,276	6,739	6,396	5,990	6,242	6,170	6,057
雑誌広告	4,842	4,777	4,585	4,078	3,034	2,733	2,542	2,551	2,499	2,500
ラジオ広告	1,778	1,744	1,671	1,549	1,370	1,299	1,247	1,246	1,243	1,272
テレビメディア	20,898	20,705	20,584	19,768	17,848	18,105	18,128	18,770	19,023	19,564
地上波テレビ	20,411	20,161	19,981	19,092	17,139	17,321	17,237	17,757	17,913	18,347
衛星メディア関連	487	544	603	676	709	784	891	1,013	1,110	1,217
インターネット広告費	3,777	4,826	6,003	6,983	7,069	7,747	8,062	8,680	9,381	10,519
媒体費	2,808	3,630	4,591	5,373	5,448	6,077	6,189	6,629	7,203	8,245
広告制作費	969	1,196	1,412	1,610	1,621	1,670	1,873	2,051	2,178	2,274
プロモーションメディア広告費	26,563	27,361	27,886	26,272	23,162	22,147	21,127	21,424	21,446	21,610
屋外広告	3,806	3,946	4,041	3,709	3,218	3,095	2,885	2,995	3,071	3,171
交通広告	2,463	2,539	2,591	2,495	2,045	1,922	1,900	1,975	2,004	2,054
折込広告	6,649	6,662	6,549	6,156	5,444	5,279	5,061	5,165	5,103	4,920
DM	4,314	4,402	4,537	4,427	4,198	4,075	3,910	3,960	3,893	3,923
フリーペーパー・フリーマガジン	2,835	3,357	3,684	3,545	2,881	2,640	2,550	2,367	2,289	2,316
POP	1,782	1,845	1,886	1,852	1,837	1,840	1,832	1,842	1,953	1,965
電話帳広告	1,192	1,154	1,014	892	764	662	583	514	453	417
展示・映像他	3,522	3,456	3,584	3,196	2,775	2,634	2,406	2,606	2,680	2,844

出所：株式会社電通「2014年（平成25年）日本の広告費」をもとにSR社作成

同社の主要対象市場の一つである求人広告市場の状況も大幅に回復

求人メディア市場を牽引する求人サイト市場

厚生労働省が2015年5月29日に発表した同年4月の有効求人倍率（季節調整値）は1.1７倍となり、前月から0.02ポイント上昇した。2014年度（2014年4月～2015年3月）平均の有効求人倍率も1.11倍となり、前年度の0.97倍を0.14ポイント上回った。

この結果、求人広告市場へのニーズも高まっている。公益社団法人全国求人情報協会の発表によれば、2015年4月の求人メディア全体の広告掲載件数は1,059,914件で前年同月比23.2%増となった。三カ月移動平均件数（3月）でも同19.5%増となっている。増加を牽引しているのは、同社が展開する求人サイト市場である。各メディアの件数は、有料求人情報誌47,263件(前年同月比11.5%減)、フリーペーパー359,088件(同24.3%増）、折込求人紙81,803件(同10.9%減）、求人サイト571,760件(同34.0%増）であった。

事業内容

ビジネスの概要

幅広い分野におけるコンテンツアグリゲーションモデルを展開

同社の中核事業は専門領域に特化した情報を一括検索できる検索サイトの運営である。同社では、この検索サイトを「アグリゲートメディア」と称している。一般の専門検索サイトにおけるクライアントは、例えば求人サイトでは、求人募集している企業となる。サイト運営者はこれらクライアントからの案件をサイトに掲載して広告料収入を得ている。

しかし、同社サイトにおけるクライアントは他の専門検索サイトである。同社はそれぞれのジャンル毎に、複数の検索サイトの集客を請け負っている。外部にある複数の専門検索サイトに掲載された情報を、同社の検索サイトに一括掲載し集客することで大手サイトから紹介手数料を得ている。

同社の課金設定は成果報酬型であるため、クライアントである大手サイト側の先行負担がない。また、同社のサイトでは複数の大手サイトの情報を集約して掲載するため情報の掲載件数が大手サイトよりも多く、幅広く網羅している。また、掲載情報については、一括検索・一括応募が可能であり、ユーザーの煩雑さ解消にも役立っている。

ライフメディアプラットフォームを創造し、“生活機会”の最大化を目指す

2015年5月末時点で、同社は18種類の専門検索サイトを展開している。同社ではこれらのサイトを総称してライフメディアプラットフォーム事業としており、このプラットフォームを活用して「生活機会の最大化」を目指すとしている。

セグメント名称	展開領域および主要サイト	事業内容および目的
ライフメディアプラットフォーム事業	・データ統合型メディア 「転職EX」、「アルバイトEX」、「派遣EX」、「看護婦求人EX」、「薬剤師求人EX」、「賃貸SMOCCA！-ex」、「住宅購入EX」、「自動車EX」、「引っ越し見積もりEX」、「プロバイダーEX」、「太陽光発電EX」、「婚活EX」、「旅行EX」	複数のインターネットメディア及び企業の情報を統合し、ユーザーに提供するEXサイトの開発及び運営・維持
	・その他新規開発サービス 「チケット・チェキットex」 「わたしの占い師」＊	既存のライフメディアプラットフォーム事業の知見を活かした新規開発サービス。提供するコンテンツに対し、利用ユーザーから課金を実施するユーザー課金モデルの企画・開発及び運営・維持

＊「私の占い師」は連結子会社である株式会社にじげんが運営を行っている電話占いサイトである。なお、Zigexn VeNtura Co., Ltdは、ベトナムにおいて新規事業開発を行うとともに、同社運営メディアのシステム受託開発事業を行っている。

大手サイトとユーザーのニーズを両立する同社の検索サービス

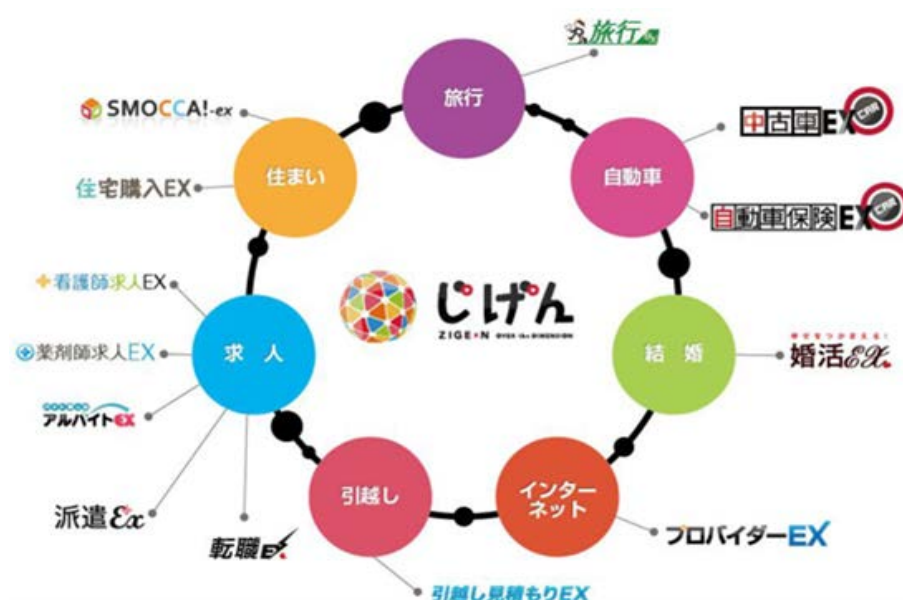
大手サイトの課題は集客、ユーザーの不満は煩雑な検索作業

同社の提供するサービスでは､広告を掲載する専門サイト側とユーザー側の両方が抱える“課題”を解決することが

できる。同社によれば、広告ニーズの大きく、集客費用が多い市場では専門検索サイトも数多く存在するとのこと。このため、ユーザーの欲する情報が各サイトに分断されるため、それぞれのサイトの集客力が相対的に低下する構造的な問題を抱えていた。各サイトにとっては、ユーザーの集客数が各サイトの広告価値になるため、いかに自社サイトにユーザーを誘導するかが課題であった。一方、ユーザーにとっても、フォーマットが異なる多くの情報が複数サイトに混在しているため、必要とする情報を探し出すために煩雑な作業が必要であった。

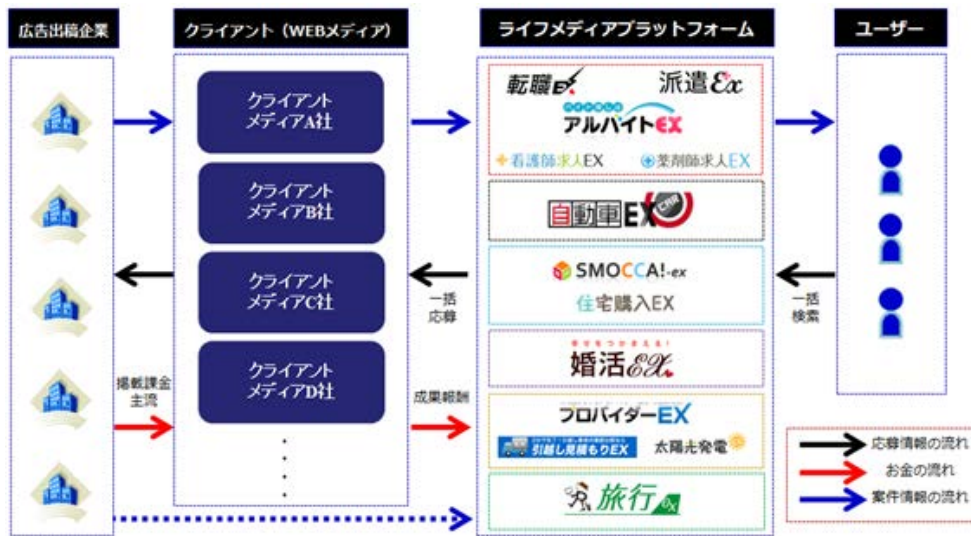
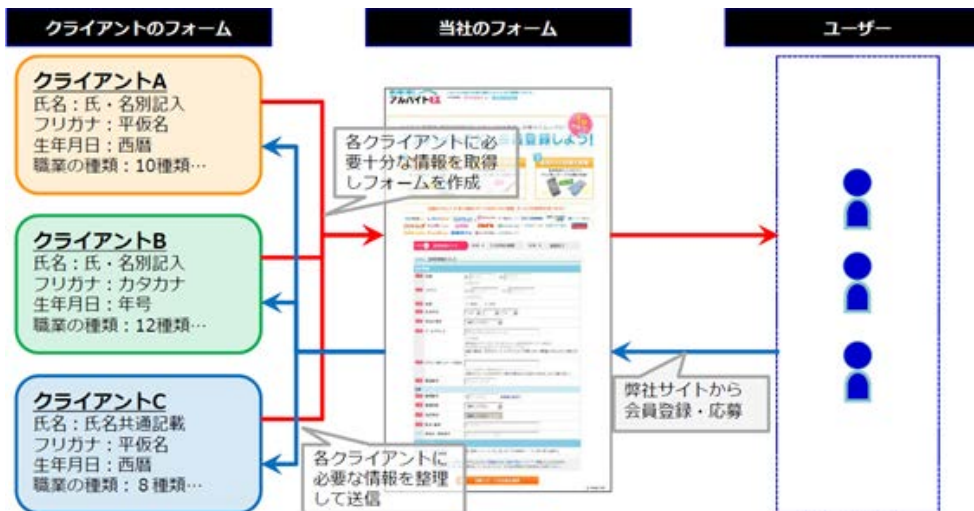
同社の提供する成功報酬型のアグリゲートメディアで大手サイトとユーザーの問題を解消

それらの問題を解決するために、同社がライフメディアプラットフォームとして提供しているのが成功報酬型のアグリゲートメディアである。同社が専門サイトの情報を集約したアグリゲートメディアを構築することで、ユーザーは各社のサイトを一括検索・一括応募することができる。一方、同社が成功報酬型のモデルを専門サイト側に提示することで、専門サイトの集客も先行負担なくサポートしている。

ライフメディアプラットフォームの展開領域

出所：会社資料

同社が提供するライフメディアプラットフォームの特長

- **一括掲載・一括検索：**同社が提供するサービスは、多数のWEBメディア・企業の保持する案件情報を集約して一括掲載する「情報プラットフォーム」を形成する。ユーザーは、このプラットフォームにアクセスするだけで幅広い案件を検索できるようになるため、より簡単に最適な案件を探すことができるようになる。このプラットフォームは案件への応募・申し込みがあったときに掲載費用が発生する「成功報酬型課金」であるため、クライアントメディア側は費用対効果がわかり易く、安定的な集客機会を得ることができる。
- **一括応募・一括申し込み：**同社は様々なクライアントの必要項目をカバーした登録フォームを用いている。このため、ユーザーは同社のサイトに会員登録するだけで、複数クライアントの案件に一括で応募・申し込みをすることができる。

ライフメディアプラットフォーム事業の概念図

一括応募・一括申し込みの仕組み

出所：会社資料

幅広く網羅しているデータベースで高い応募率を実現

次図は、同社の代表的なサイトである「転職EX」のトップページ画像である。同社は複数の大手サイトから集客を請け負って情報を一括掲載するアグリゲートメディアであるため、一見して他の専門検索サイトと大きな変わりはない。ただし、ページの右端に同社へ集客を委託している専門検索サイトへのリンクがある。また、検索を絞り込むための分類も数多く取り揃えられている。

アグリゲートメディアである同社の情報掲載件数は他の大手サイトの4~7倍

同社はアグリゲートメディアであるため情報の掲載件数が大手サイトよりも多く、幅広く網羅している。例えば、アルバイト求人情報では、大手アルバイト求人サイトである「フロム・エーナビ」（株式会社リクルートジョブズ）や、「ジョブセンス」（株式会社リブセンス（東証1部6054））、「an」（株式会社インテリジェンス（テンプホールディングス株式会社（東証1部2181）子会社））、「マイナビバイト」（株式会社マイナビ）など各社の求人情報掲載件数は9万件強～17万件強である。これに対して、同社「アルバイトEX」の掲載件数は63.7万件強で

ある（2014年6月12日時点）。

広く網羅したデータベースを背景したロングテールビジネスが同社の強み

同社サイトは、他の大手サイトに比べて大きなデータベースを持つことで詳細な分類設定も可能になっている。例えば、複数の条件で絞り込んだ場合、他のサイトでは条件を満たす案件が1件しか見つからない場合でも、アグリゲートメディアである同社であれば複数件見つかる場合が多いからである。この点が言わばロングテールビジネスとなり、同社にとって大きな差別化要因となっている。

分類数の多さで高い応募率を実現

ユーザーは常に専門検索サイトをチェックしているのではなく、通常の場合には、まずGoogleやYahoo！などに条件などのキーワードを入力して希望の情報を検索し、検索結果から専門検索サイトにアクセスする場合が多い。同社によれば、真剣に情報を探している人であればあるほど、探している情報に詳細な分類を求めているとのこと。例えば、転職を漠然と考えている人と、真剣に考えている人では、よりリアルな仕事のイメージを持つ後者の方が、求める情報に付与する条件が多くなる。結果として、検索時にたくさんのキーワード入力することになり、幅広いコンテンツを持つ同社が有利になるとのことである。

高い応募率を背景に有利な条件を獲得

このため、同社サイトを訪問するユーザーは、他の専門検索サイトに比べて真剣度の高いユーザーが多く、ただ情報を検索するだけに留まらず、相対的な案件の応募率（例えば、転職の場合には求人への応募や申し込みなど）が高いとのこと。このため、結果的に、同社の平均応募率も高くなり、クライアント企業から受け取る手数料も相対的に有利な条件で契約が結べているようである。同社の認知度が更に上昇し、案件の数が増加すれば、この傾向は更に強まるとみられる。

同社の代表的なサイトである「アルバイトEX」のトップページ

出所：同社サイトよりSR社作成

市場の変化に対応する組織体制

コンパクトなチーム体制によるサイト更新が同社の競争力の源泉

同社のサイトがもつ魅力は、少人数で構成するチーム体制により日々高められている。同社は複数のサイトを運営しており、各サイトは、エンジニア、デザイン、マーケティング、営業の4機能を有するチームで担当している。平均的なチーム体制は、各機能で1~2名の担当がおり、総勢4~8名である。大手サイトではその規模の大きさから、サイトの改善・更新頻度が遅くなりがちであるが、同社はこのコンパクトなチーム体制で意志の疎通を図り、迅速なサイトの更新・改善を進めている。

同社がもつ競争力の源泉は人事制度にある。能力のある人材を年齢や役職に関係なく登用するのはもちろんのこと、社員間の情報共有とモチベーションを向上させるために、様々な交流制度や表彰制度を設けている。その中でも、特徴的なのが「Z1GExN Exp0（じげんExpo）」である。

社内の人材発掘の場となる「じげんExpo」

じげんExpoは、新規事業・事業家を育成する機会として半期に一度開催し、社員はもちろん、同社に入社を希望する学生達にも参加機会が与えられている。グランプリ・特別賞を受賞した際には、豪華賞品の贈呈のほか、事業部長候補への抜擢がなされ、事業化に向けた新規事業グループでフィジビリティスタディへの挑戦機会が与えられる。

新たな外部人材発掘にも積極的

同社は新たな外部人材発掘に対しても積極的である。2013年の秋には新たな外部人材発掘の試みとして、「ZIGExN TryOut（じげんトライアウト）」を実施した。同プログラムでは、参加者が投資に値する事業を提案し、同社の経営陣が審査と投資判断を行うものである。優勝者は、同社が新設する子会社のCEOに抜擢し、同社代表や外資コンサル出身者などからなる経営陣のもとで、経営者として最短で成長する機会を得ることができるものであった。

変動費の少ないコスト構造

（百万円）	10年3月期 単体	11年3月期 単体	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結
売上高	**228.8**	**315.7**	**538.1**	**1,172.5**	**1,927.2**
売上原価	**45.0**	**64.9**	**84.6**	**125.5**	**127.5**
売上総利益	**183.7**	**250.8**	**453.5**	**1,047.0**	**1,799.7**
販売費及び一般管理費	**122.1**	**183.0**	**226.3**	**455.5**	**874.2**
役員報酬	12.6	16.8	20.4	32.7	44.0
給与手当	28.0	47.0	72.5	99.6	141.4
地代家賃	13.2	10.2	11.9	15.2	27.0
通信費	7.5	1.3	2.7	4.4	5.1
広告宣伝費	29.7	61.1	56.2	178.1	497.6
減価償却費	2.4	3.6	2.9	21.4	5.2
貸倒引当金繰入額	0.6	0.5	−0.2	−0.9	0.1
採用費	0.0	0.0	13.7	19.6	17.1
その他	28.1	42.6	46.2	85.5	136.6
営業利益	61.6	67.7	227.3	591.5	925.5
同利益率					
売上原価	**19.7%**	**20.6%**	**15.7%**	**10.7%**	**6.6%**
売上総利益	**80.3%**	**79.4%**	**84.3%**	**89.3%**	**93.4%**
販売費及び一般管理費	**53.4%**	**58.0%**	**42.0%**	**38.9%**	**45.4%**
役員報酬	5.5%	5.3%	3.8%	2.8%	2.3%
給与手当	12.3%	14.9%	13.5%	8.5%	7.3%
地代家賃	5.8%	3.2%	2.2%	1.3%	1.4%
通信費	3.3%	0.4%	0.5%	0.4%	0.3%
広告宣伝費	13.0%	19.3%	10.4%	15.2%	25.8%
減価償却費	1.0%	1.1%	0.5%	1.8%	0.3%
貸倒引当金繰入額	0.3%	0.2%	0.0%	-0.1%	0.0%
採用費	0.0%	0.0%	2.5%	1.7%	0.9%
その他	12.3%	13.5%	8.6%	7.3%	7.1%
営業利益	**26.9%**	**21.5%**	**42.2%**	**50.4%**	**48.0%**

出所：同社有価証券報告書などをもとにSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

数量効果の拡大で過去5年間で営業利益率は21.1ポイント上昇

取扱サイト数、案件数およびユーザー基盤の拡充とともに同社の収益性は着実に上昇している。過去5年間で同社の営業利益率は21.1ポイント上昇している。その主な要因は売上原価率の低下であり、同期間に13.1ポイント低下

している。売上原価の主な項目はシステム構築費用であるが、数量効果拡大とともに比率は低下傾向にあり、売上総利益の上昇につながっている。一方、販管費の中心は広告宣伝費であり、売上高に準じて増加している。ただし、その他の販管費項目の上昇は小幅にとどまっているため、販管費率も過去5年間で9ポイント低下している。ただし、新分野への展開などの為に広告宣伝費率は増加している。

新分野への先行投資費用を織り込んだとしても、40~50%程度の利益率は維持する意向

同社によれば、今後は持続的な成長を維持するために新分野への展開を加速させるとのこと。ただし、この新分野への先行投資費用を織り込んだとしても、40~50%程度の利益率は維持する意向である。

同業他社との収益性比較

(百万円)		11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	15年3月期	過去5年間平均成長率
売上高	同社	316	538	1,173	1,927	3,116	58.1%
	カカクコム	15,604	18,464	23,277	29,814	35,787	18.1%
営業利益	同社	68	227	592	926	1,211	78.0%
	カカクコム	7,854	9,011	11,616	14,681	16,809	16.4%
純利益	同社	39	120	357	536	686	77.0%
	カカクコム	4,579	5,268	7,090	9,066	10,890	18.9%
売上原価率	同社	20.6%	15.7%	10.7%	6.6%	9.3%	-
	カカクコム	8.9%	8.7%	8.3%	7.9%	9.4%	-
販管費率	同社	58.0%	42.0%	38.9%	45.4%	51.9%	-
	カカクコム	40.8%	42.5%	41.8%	42.9%	43.6%	-
営業利益率	同社	21.5%	42.2%	50.4%	48.0%	38.9%	-
	カカクコム	50.3%	48.8%	49.9%	49.2%	47.0%	-
純利益率	同社	12.5%	22.2%	30.4%	27.8%	22.0%	-
	カカクコム	29.3%	28.5%	30.5%	30.4%	30.4%	-
自己資本比率	同社	79.2%	60.1%	63.6%	81.0%	32.7%	-
	カカクコム	60.7%	63.5%	75.3%	79.5%	78.4%	-
ROE	同社	20.0%	50.6%	84.3%	40.3%	28.6%	-
	カカクコム	38.0%	32.3%	38.0%	40.4%	41.7%	-

出所:各社資料をもとにSR社作成

短期間で先行する同業他社をキャッチアップ

先述したように、同社における原価の中心はシステム構築費用であり、販管費の中心は広告宣伝費である。システム構築費は取扱数量の増加に応じたもので、急激に増加するものではない。一方、広告宣伝費は売上増に伴って増加はしているものの、同社の知名度上昇に伴ってその効率は増加している。このため、同社の利益水準は急速に改善している。同社のユニークなポジショニングから、類似企業の的確な抽出は難しいものの、価格比較サイトを運営する株式会社カカクコム（東証1部2371）などがあるとみられる。売上高や、営業利益、当期純利益の絶対額は、カカクコム社に見劣りするものの、過去5年間の平均成長率では、売上高、営業利益ともに同社が大きく上回っている。また、5年前の営業利益率は、カカクコム社に比べて10ポイント以上低い水準にあったが、2014年3月期の営業利益率はほぼ同等の水準に達した。2015年3月期は、相次いで新規事業を立ち上げたことから、利益率は低下したものの、これを除けばほぼ同等水準を維持しているものとみられる。

新規参入事業者に対する３つのアドバンテージ
なお、大きな資金負担もなく、高い利益率を得ることができるため、将来的に他社の参入リスクがあるとみられる。だが、同社によれば、同社のビジネスは参入障壁が高いとのこと。その理由として、同社は以下の3点を挙げている。

- 最初の障壁は、データベースを充実させるためにポテンシャルクライアントと交渉する点にある。同社サイトへの掲載には、クライアント企業にとって貴重な資産である案件を提供してもらうことになるため、地道な交渉が1年程度は必要になる。特に集客実績が無い場合には更に交渉が難航することも予想される。
- 魅力あるサイトにするためには、常に最新の情報をユーザーに提供する必要がある。このため、10万件以上の情報数を毎日数回、全部更新している。この点について、相当なテクニックが必要である。同社ではサイト運営におけるバリューチェーンを、フォーム連携・データ更新・統合・整理を担うエンジニアと、ユーザーを動かすUI/UXの構築を担うデザイン、ロングテール・リターゲット等を意識した質の高い集客の実現を担うマーケティング、希少性を活かした単価向上・顧客グリップを担う営業に区分している。そして、この４区分を全て内製化し、連携することで、各KPI（重要業績評価指標）の向上効果を最大化し、業務運営のPDCAサイクルを社内で完結させ、かつ高速で回すことを実現している。
- 同社のビジネスモデルは成功報酬型である。費用が先行するため、効率的な収穫が不可欠である。これらの点を踏まえて上手にサイト運営するには、ある程度のサイト規模は不可欠であるが、新興企業にとって課金タイミングが遅くなることは資金繰りに影響をきたすため、参入は難しい領域である。大手のサイトでは、最近は、成功報酬モデルのメディアも徐々に増えつつあるが、未だに収益の中心は広告課金モデルである。このため、成功報酬モデルの本格展開する場合には、既存のビジネスモデルに与える影響が問題になるとみられる。

将来的に参入リスクが全くないわけではないが、同社は独自のビジネスを立ち上げ、既に複数の大手サイトとの良好な関係と加入者ベースを確立している。この点で、仮に後続の参入者があったとしても、同社は先行者としてのアドバンテージは有しているとみられる。

主要取引先

各業種において多数の大手サイトが同社の顧客
同社は幅広い業種のアグリゲートメディアを運営している。この各業種における多くの大手サイトが同社の顧客であり、同社は各社から委託を受けて集客を行っている。主な取引先は以下の通りである。

Google Inc.、ヤフー株式会社、株式会社リクルートホールディングス、株式会社インテリジェンス、株式会社マイナビ、エン・ジャパン株式会社、株式会社キャリアデザインセンター、SBヒューマンキャピタル株式会社、ディップ株式会社、株式会社リブセンス、株式会社インディバル、株式会社アイル、株式会社アイデム、株式会社クイック、株式会社アパマンショップネットワーク、株式会社ウェブクルー、株式会社ハート引越センター、一般社団法人日本自動車流通研究所、株式会社ファブリカコミュニケーションズ、株式会社日本旅行、株式会社ジェイティービー、トップツアー株式会社、楽天株式会社、株式会社オーネット、株式会社結婚情報センター、全研本社株式会社、株式会社プロトメディカルケア、株式会社メディカルリソース、株式会社アイ・アム＆インターワークス

幅広いサイトの運営でリクルートホールディングス社と連携
同社の事業開始当初からの顧客であった株式会社リクルートホールディングスとは幅広いサイトで連携している。また主要事業で主要事業である求人分野では求人サイト大手のインテリジェンスとも連携している。事業領域の拡充に伴い構成比は低下しているものの、取引上ではリクルートホールディング社、インテリジェンス社の売上比率が相対的に大きくなっている。

主な相手先別の販売実績及び、総販売実績に占める割合

主な相手先別の販売実績および、総販売実績に占める割合

	2013年3月期		2014年3月期		2015年3月期	
相手先	販売実績(千円)	構成比	販売実績(千円)	構成比	販売実績(千円)	構成比
株式会社リクルートホールディングス	294,386	25.1%	528,734	27.4%	516,934	16.6%
株式会社インテリジェンス	264,978	22.6%	511,129	26.5%	370,154	11.9%

出所:各社資料をもとにSR社作成
＊株式会社リクルートホールディングスへの販売高には、株式会社リクルートジョブス、株式会社リクルート住まいカンパニー、株式会社リクルートマーケティングパートナーズ等への販売実績の合算値

主なグループ会社（2015年3月末時点、括弧内は議決権所有割合）

じげんグループは同社と子会社5社で構成
じげんグループは、同社と子会社5社により構成されている。主な、グループ会社は以下の通りである。同社は、事業・組織の急成長に伴い、“N×DIMENSION”子会社戦略（※1）の第一弾として、ウェブインテグレーション事業を行う戦略子会社「株式会社にじげん」を設立した。また、2014年には、ブレイン・ラボ社とリジョブ社の株式を取得し子会社化している。

ウェブインテグレーション事業で同社をサポートする株式会社にじげん

株式会社にじげん（NIZIGExN Co.,Ltd.,100%）

- ▶ 設立日：2012年2月22日
- ▶ 業務内容：ウェブインテグレーション事業（ウェブの戦略立案、制作・開発、運用支援）
- ▶ アーティスト支援事業
- ▶ HP：http://2zigexn.co.jp/

主な運営サイト

電話占いサイト「わたしの占い師」http://denwauranai-portal.jp/
通常占いは、占い師（鑑定師）と実店舗・路上にて対面で行うことが一般的ではあるが、地方で店舗型占いへ足を運べない人や、対面型占いに抵抗がある人向けにいつでも気軽に高品質な占いサービスを受けられるように、電話で占いを提供するサービスである。

バイト求人サイト「虹バイト」http://22baito.jp/
こだわり検索機能に特化した、アルバイト求人サイト。「なりたい自分になる」をコンセプトに、職種別、各企業・ブランド名別検索など、ユーザーにとってわかりやすい検索軸をダイレクトに提供する求人サイトである。

ベトナムをベースにアジア地域展開の核となるZIGExN VeNtura社

ZIGExN VeNtura Co., Ltd（100%）.

▶ 設立日：2013年1月5日

▶ 業務内容：オフショア開発事業、インターネットメディア事業

▶ HP：http://zigexn.vn/

ZIGExN VeNturaは、“Ruby（プログラミング言語）を用いたオフショア開発”を行うと同時に、“ベトナムに根付く新たなウェブサービス”を創出し、それを世界へと広げていく拠点とする目的で設立された。

事業モデルの拡張の先鞭役を担う株式会社よじげん証券

株式会社よじげん証券（YoZIGExN Securities Co., Ltd. ,100%）

▶ 設立日：2000年2月8日

▶ 業務内容：証券事業

▶ HP：http://4zigexn.co.jp/

個人向けにインターネットを介したわかりやすい証券取引を提供することを目的としている。現在は営業開始に向けて、規制当局に免許の申請中である。同社は2014年3月31日にインターキャピタル証券株式会社（現株式会社よじげん証券）の株式を取得し、2014年3月期より、連結対象としている。なお、2014年4月1日に株式会社よじげん証券へと商号変更した。

B2B事業領域への参入と既存事業とのシナジー効果を担うブレイン・ラボ社

株式会社ブレイン・ラボ（Brain Lab,Inc. ,100%）

▶ 設立日：2002年11月1日

▶ 業務内容：人材業界向け業務基幹システムの提供（クラウドサービス）

▶ HP：http://www.brainlab.co.jp/

同社は、2014年7月17日にブレイン・ラボ社の発行済株式の100%を取得し、連結子会社とした。同社は人材会社や派遣会社向けの管理理ソフト業界で高いプレゼンスを持つブレイン・ラボ社の買収の目的として、B2B事業への参入、市場拡大が見込まれる求人市場でのサービス強化、既存事業とのシナジー効果の３点を挙げている。

美容ヘルスケア領域での事業拡張を担う株式会社リジョブ

株式会社リジョブ(REJOB Co.,Ltd. ,100%)

▶ 設立日：2009年11月2日

▶ 業務内容：インターネットメディア事業の運営

▶ HP: http://relax-job.com/

同社は、2014年9月26日に株式会社リジョブの発行済株式の100%を取得し、連結子会社とした。リジョブ社は、美容師やネイリスト、セラピスト、マッサージ師などの美容ヘルスケア業界向けの求人サイトとして高いプレゼンスを有している。同社は、リジョブ社の買収の目的として、美容ヘルスケア領域への参入、成長性の高い美容ヘルスケア市場でのサービス展開、既存事業とのシナジー効果の3点を挙げている。

SW（Strengths, Weaknesses）分析

強み（Strengths）

- **大手サイトとのしがらみが少ないこと：**同社が行うアグリゲートメディアビジネスにおいては、数多くのサイトと連携して充実したデータベースを取り揃えることが成否の鍵を握る。同社は、大手サイトとの資本関係のしがらみが少なく、ビジネス面でも共生関係にあるため、大手サイトとの連携については自由度がある。また、数多くの大手サイトとつきあうことで、業界全体の動向をより早く把握できる立場にあるとみられる。
- **先行するユーザー基盤とキャッシュフロー：**成功報酬型の広告モデルをいち早く展開した同社は、インターネット広告市場拡大を追い風にして、案件数とユニークユーザー数を増やしてきた。同社は、これまでの実績と認知度向上によって、新たなサイトとの契約や成功単価などで有利な条件を引き出せるようになっている。この結果、安定した業績動向とフリーキャッシュフローの両立を実現しており、これは新規参入業者に対するアドバンテージとなるとみられる。
- **市場ニーズの変化に迅速な対応ができるチーム体制：**同社は複数のサイトを運営しており、各サイトは、エンジニア、デザイン、マーケティング、営業の4機能を有するチームで担当している。平均的なチーム体制は、各機能で1~2名の担当がおり、総勢4~8名である。このコンパクトなチーム体制で、意志の疎通を図り、刻々と変化するユーザーニーズに迅速に対応する。例えば、サイトデザインの更新に関しても、大手サイトが月単位ベースなのに対して、同社はユーザーニーズに併せて頻繁に実施しているとのことである。

弱み（Weaknesses）

- **特定取引先の依存度の高さ：**同社の2015年3月期の売上高の30%近くがリクルートホールディングス社とインテリジェンス社の2社に対するものである。現在は、この2社との関係は良好であるが、今後この2社との取引関係に変化が生じる場合には同社業績に大きな影響を及ぼす可能性がある。
- **低いエントリーバリア：**同社の展開するビジネスは高水準の固定費を必要としないため、同社の売上高総利益率は90%超、営業利益でも約50%の水準である。従って、参入機会が見込まれる市場について、財務的に余裕のある新規事業者が、マージンを圧縮した割安な料金で価格戦略を仕掛ける可能性もあると考えられる。この場合には、同社は蓄積した加入者ベースや大手サイトとの関係で差別化を図ることは可能だと見られるが、何らかの形で価格競争に巻き込まれざるを得ないとみられる。
- **新たなビジネスエリアでの展開力：**同社の現在のビジネスモデルは現社長である平尾丈氏の発案でスタートしている。その後も、同社は急速に事業領域を拡充しているが、この意思決定においても同氏は重要な役割を担っている。また、同社は、時価総額1兆円を目標に新たなビジネスエリアにも急速に展開しつつある。同社は、既存のビジネスエリアに関してはノウハウを有しているが、新たなビジネスエリアの対応力に関しては未知数である。

過去の業績と財務諸表

過去の業績

2015年3月期通期連結実績

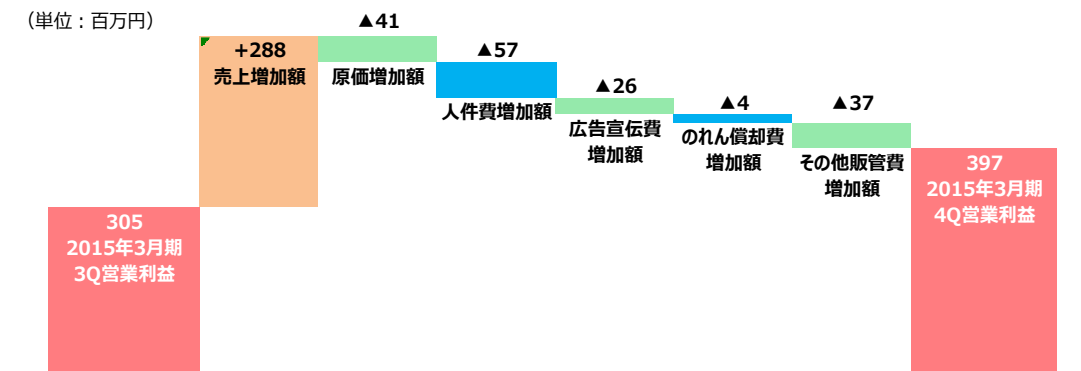
2015年3月期は創業以来8期連続で増収増益

2015年3月期の通期連結業績では、売上高は3,116百万円（前期比61.7%増）、売上総利益は2,888百万円（同60.4%増）、営業利益は1,211百万円（同30.9%増）、経常利益は1,237百万円（同36.4%増）、当期純利益は686百万円（同27.9%増）となった。

売上高は順調に拡大を続けており、過去最高を更新した。一方、営業利益は、買収先企業の人件費および、のれん償却費の増加、買収先の販管費の追加などにより営業利益率は低下したが、増収効果により増益を達成した。この結果、営業利益も過去最高を更新した。この結果、8期連続の増収増益を達成した。

期初会社計画に対する進捗率は、売上高115%、営業利益101%、経常利益103%,当期純利益109%であった。売上高では、主力のサイト運営ビジネスの好調に加え、期中（第３四半期）に買収したブレイン・ラボ社やリジョブ社の貢献もあった。利益面では、この買収に伴う販管費やのれん代の増加はあったが、期初計画を上回る水準を達成した。同社では、2015年3月24日に、売上高の上方修正を実施した。この計画に対する売上高の進捗率も104%となった。この上振れには、他社との提携施策などが奏功し、繁忙期であった賃貸関連を中心に、主力のサイト運営ビジネスの第４四半期の売上が好調だったことが貢献した。

一方、四半期ベースでは、今第4四半期営業利益は、前四半期比で91百万円増（前四半期比29.7%増）となった。同社では、この増益の内訳は、売上増で288百万円増、原価増で41百万円減、人件費増で57百万円減、広告宣伝費増で26百万円減、のれん償却費増で4百万円減、その他の販管費増で37百万円減であったとしている。同社によれば、第４四半期の売上高は、求人や新生活領域サイトが繁忙期であったことに加え、ブレイン・ラボ社における大型クライアントへの納品や、リジョブ社の成果報酬型課金の売上増加が貢献し大幅増収を実現したとのこと。一方、費用面では、売上増に伴い新生活領域関連の広告費が増加した。また、その他の費用に含まれるPMI関連費用や、子会社関連費用も、増加したとしている。

営業利益の増減益要因（対前四半期比）

出所：同社説明会資料をもとにSR社作成

コスト内訳の四半期推移（百万円）	2014年3月期			2015年3月期				
	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	同構成比
売上高	439	465	565	572	580	839	1,126	100.0%
売上原価	32	35	33	26	41	61	101	8.9%
人件費（制作）	26	27	27	34	47	60	74	6.6%
その他費用	11	7	5	14	23	41	59	5.2%
他勘定振替	-5	1	1	-22	-29	-40	-32	-2.9%
売上総利益	407	430	532	546	539	778	1,026	91.1%
人件費（非制作）	38	56	58	60	75	132	157	13.9%
広告宣伝費	122	127	145	143	114	140	229	20.3%
研究開発費	8	4	5	6	10	10	5	0.4%
のれん償却費					12	35	39	3.5%
その他費用	33	29	46	69	80	160	197	17.5%
営業利益	200	212	277	260	248	306	397	35.3%

出所：同社説明資料をもとにSR社作成
＊振替勘定を行っているため、上記の費用が総費用ではない。
＊人件費（制作）はエンジニア、デザイナーの人件費。
＊人件費（非制作）はそのほかの営業、マーケティング、コーポレート等の人件費を含んだ費用である。

案件数、ユニークユーザー数ともに堅調な増加基調が続く

同社が属するインターネット分野では、スマートフォン契約者数の増加やタブレット端末の普及により、インターネット利用シーンの多様化並びに利用頻度の増加が見られ、市場規模もそれに伴い拡大している。このような事業環境のもと、同社は、既存事業の展開領域及び展開地域の拡張に加えて、新規事業の創出並びにビジネスモデルの多様化を推進している。

既存事業では、主力事業領域における複数の大手顧客との提携や新規顧客の開拓によりデータベースの拡充に努めた。技術面では、ウェブサイトの改修を継続するとともに、新たな広告手法・戦略を試験的に導入するなど、変化する市場動向に適合すべくサービスの最適化を図った。また、提供するコンテンツとユーザーニーズのマッチング精度の改善、ユーザー行動の分析によるサイト機能の改善等、ユーザービリティの向上に取り組んだ。この結果、2015年3月期末の案件数は前年比16%増の650万件となった。これに応じて、同社の月間ユニークユーザー数も増加基調を続けており、第4四半期の月間ユニークユーザー数は同30%増の900万件となった。

新規事業領域における進捗では、ベトナムの戦略子会社ZIGExN VeNtura Co.,Ltd.を主軸として、グローバルを対象とするサービスのフィジビリティスタディをさらに拡大させた。じげんスタンプにおいては提携企業を増加させ、O2O領域の更なる拡大を見込んでいる。また、M＆Aにて連結化した株式会社ブレイン・ラボ、株式会社リジョブのPMIも順調に進んでおり、今後は同社グループとして一層のシナジーの実現を目指したいとしている。

当四半期の主な事業トピックスは以下の通りである。

2015年3月期第4四半期の主な事業トピックス

１の矢：展開領域の拡張
賃貸SMOCCA!-ex、引っ越し見積もりEX等の繁忙期による伸長。賃貸SMOCCA！-exの2015年3月の売上高は前年同期比で97%増。
求人サイト（アルバイトEX、派遣ex）のリニューアルを実施した。これにより、各サイトのUI、レスポンスが改善。また、保守効率の改善によるコスト削減やサイト改善スピードの向上が見込まれる。
リジョブ社のPMIの加速。同社とのナレッジの共有により、集客力が飛躍的に伸びたことで、採用課金モデルの売上構成比率の向上に寄与。2015年3月の売上高は、2014年10月比で1.7倍に成長。
キュレーション（情報収集）メディアへの参入による集客力強化。既に「Faura（美容情報）」、「see-sow

（DIY情報）」などのキュレーションメディアをスタート。求人系メディアの開始も準備中。
２の矢：展開地域の拡張
ベトナムの子会社「ZIGExN VeNtura」のオンライン航空券予約サービス”Flightbooking”のAndroid版アプリをリリース。グローバル事業推進プロジェクトの人数を増員し、2016年3月期は新体制で事業創造に臨む。
３の矢：収益形態・事業モデルの拡張
じげんスタンプ顧客数及びポイント発生数が増加。2015年3月期末のスタンプ加盟店舗数は1,209店。キャンドゥ社、京急ストア社、エニタイムフィットネス社等の導入により利用ユーザーも伸長。
医療機関向け健診情報電子化サービスなどを行う株式会社EST corporationとの資本業務提携を開始。ヘルスケア領域への事業展開促進と成長企業へのベンチャー投資を開始。

出所：会社資料をもとにSR社作成

2015年3月期第3四半期連結実績

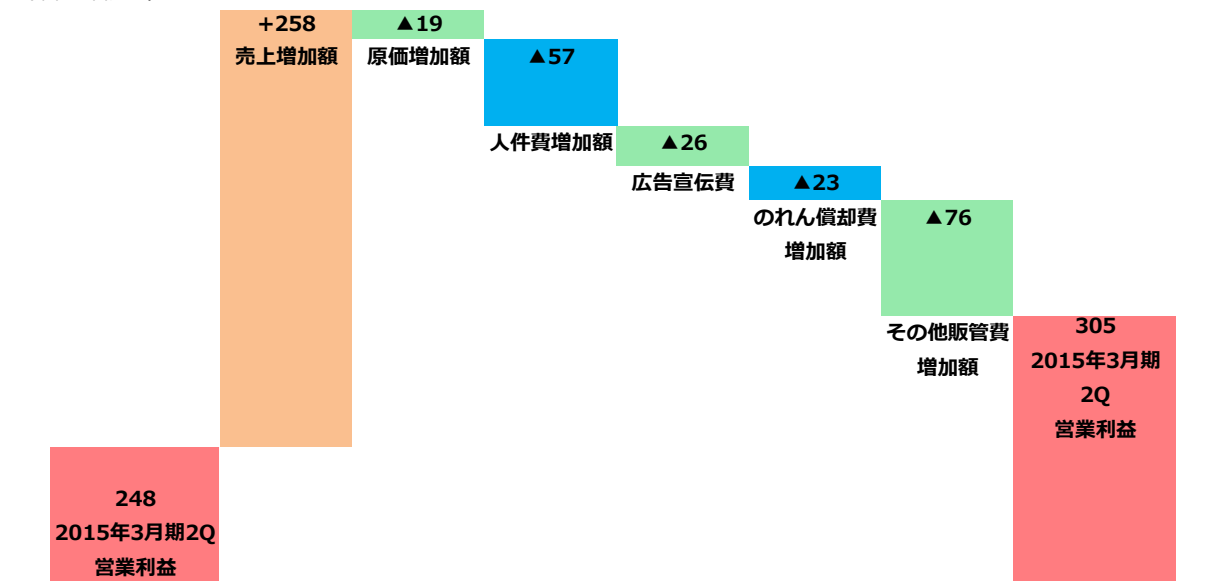
2015年3月期第３四半期連結累計期間の売上高は1,990百万円（前年同期比46.1%増）、売上総利益は1,863百万円（同47.0%増）、営業利益は814百万円（同25.6%増）、経常利益は821百万円（同30.8%増）、四半期純利益は468百万円（同30.5%増）となった。

売上高は順調に拡大を続けており、過去最高を更新した。一方、営業利益は、買収先企業の人件費および、のれん償却費の増加、買収先の販管費の追加などにより営業利益率は低下したが、増収効果により増益を達成した。この結果、営業利益も過去最高を更新した。通期業績予想に対する進捗率は、売上高73.2%（前年同期は70.7%）、営業利益67.9%（同70.0%）、経常利益68.5%（同69.3%）、当期純利益74.2%（同66.9%）となった。

営業利益の進捗率が前年同期を下回った主因は、上半期に買収したブレイン・ラボ社、やリジョブ社の連結に伴う費用増などである。同社によれば、買収先企業の人件費や、のれん償却費の増加、買収先の販管費の追加により営業利益率は低下したが、売上増で営業利益額は増加したとのこと。また、同社では、既存事業ベースは上振れ基調であったとしている。

なお、四半期ベースでみると、今第3四半期単独の営業利益は、直前の第2四半期に対して、58百万円の増益となった。同社によれば、この増益の内訳は、売上増加で258百万円増、原価増加で19百万円減、人件費増加（新連結となったリジョブ社の人件費増など）で57百万円減、のれん償却費増で23百万円減、その他の販管費増（子会社の販管費増など）で76百万円減であったとしている。同社によれば、第4四半期は繁忙期であるため、子会社の費用増の影響も十分に吸収できるとしている。同社では、引き続き、既存事業の拡張とともに、M＆Aによる買収先についても中期的な視野のもと人員をはじめとした先行投資を実施するとしている。

コスト構造の動向（直前四半期比較）

（単位：百万円）

出所：会社資料をもとにSR社作成

転職EXをはじめ連携メディアや提携先が増加したことなどにより、案件数（DB数）も順調に増加している。2015年第3四半期末の総案件数は前年同期比比15%増の640万件となった。なお、例年、第２・第３四半期は閑散期のためにユーザー数の成長が鈍化、減少する傾向にある。今第３四半期も直前の第２四半期比では減少したものの、前年同期比では21%増の723万となった。

同社が属するインターネット分野では、スマートフォン契約者数の増加やタブレット端末の普及により、インターネット利用シーンの多様化並びに利用頻度の増加が見られ、市場規模もそれに伴い拡大している。このような事業環境のもと、同社は、既存事業の展開領域及び展開地域の拡張に加えて、新規事業の創出並びにビジネスモデルの多様化を推進している。

既存事業では、主力事業領域における複数の大手顧客との提携や新規顧客の開拓によりデータベースの拡充に努めた。技術面では、ウェブサイトの改修を継続するとともに、新たな広告手法・戦略を試験的に導入するなど、変化する市場動向に適合すべくサービスの最適化を図った。また、提供するコンテンツとユーザーニーズのマッチング精度の改善、ユーザー行動の分析によるサイト機能の改善等、ユーザービリティの向上に取り組んだ。

新規事業領域における進捗では、ベトナムの戦略子会社ZIGExN VeNtura Co.,Ltd.を主軸として、グローバルを対象とするサービスのフィジビリティスタディをさらに拡大させた。じげんスタンプにおいては提携企業を増加させ、O2O領域の更なる拡大を見込んでいる。また、M＆Aにて連結化した株式会社ブレイン・ラボ、株式会社リジョブの統合作業も順調に進んでおり、今後は同社グループとして一層のシナジーの実現を目指したいとしている。

当四半期の主な事業トピックスは以下の通りである。

2015年3月期第3四半期の主な事業トピックス

展開領域の拡張	
転職EX	パソナキャリアと連携を開始。上期のリニューアル後サービス利用者が堅調に推移した。現在は、約15,000店舗の情報を掲載しているが、今後は更なる掲載店舗数の拡大を図る。
アルバイトEX	iOS版公式アプリをリリース
看護婦求人EX	株式会社キャリアプランニングと連携開始
賃貸SMOCCA！-ex	株式会社いい生活「スマートOneコンバート」の物件出稿機能との連携を開始
旅行EX	旅行EXANAセールス株式会社と連携
展開地域の拡張	
ZIGExN VeNtura社	JOB ZIGExNのインド版リリース。人員を拡大し、オフショア業務を拡大
収益形態・事業モデルの拡張	
ブレイン・ラボ社	同社からの人員出向をはじめとした統合推進プロジェクトを始動
じげんスタンプ	新規システム「ACCESS Beacon Framework」の導入。株式会社キャンドゥとの提携で、期末提供店舗数1,000店超へ。
エアロノーツ社	株式会社エアロノーツの完全子会社化

出所：会社資料をもとにSR社作成

展開領域の拡張では、既存事業については、複数の事業で新たな提携を開始した。同社では、領域ごとの連携メディアを引き続き拡大することに加え、現在提供している周辺領域に対して新サービスを企画し周辺領域のメディア化を進めるとしている。また、2014年9月のリジョブ社買収を契機として、前四半期からは、エンドクライアントへの展開を積極化させている。リジョブ社では理美容分野を中心に約15,000店舗の情報を掲載している。また、約70社の派遣会社や人材紹介会社と連携し、エンドクライアントの情報を直接掲載する取り組みも進めている。同社は、従来はメディアの情報を間接的に掲載するだけであったが、編集過程にも関わることで掲載単価上昇と顧客基盤の拡大を狙うとしている。

展開地域の拡張では、ベトナムの戦略子会社VeNturaを核とした事業展開を進めている。VeNtura社のミッションは、オフショアの開発拠点として同社グループの開発費用削減をサポートすること、グローバルサービスの立ち上げをサポートすること、の２つである。当期間のVeNtura社は、同社グループのM&A等に伴う新規開発案件の増加に併せて、人員を増強し、オフショア開発業務を拡充した。また、自動クローラシステム（海外サイトの様々なデータを自動取得、更新して可能なシステム）の開発・導入により、データベースの拡張を実施し、このシステムを用いたインド版JOB ZIGExNの展開を開始した。

収益形態・事業モデルの拡張では、2014年9月に買収したリジョブ社は、人材紹介システムCareerPlus2のクライアント開拓・契約が堅調に推移し、業界シェアNo.1となったとのこと。同社では、転職EXなどのじげん既存メディアとのシナジー追及や共同ビジネス開始に向けて、体制面等の準備を開始したとしている。また、同社が、2014年8月18日にリリースしたじげんスタンプの立ち上げも順調に進展しているもようである。同サービスは、既にビッグカメラなどで提供されており、提供店舗数は300店舗程度であるとのこと。これに加えて、株式会社キャンドゥが展開する全国897の店舗と3月中旬より提携を開始することが明らかにされた。この結果、今期末の目標導入店舗数1,000店舗を突破することが確実になった。

なお、2015年2月9日には、同社傘下で占い事業を中心としたBtoC向け事業を展開している、にじげん社が『みん

なの電話占い』を運営するエアロノーツ株式会社の全株式を250百万円で取得し完全子会社化(同社の孫会社化)を実施した。同社によれば、エアロノーツ社は、約10年に渡る長い実績や、約80名の鑑定師ネットワーク、約30,000件の口コミ情報などの特徴を有しており、過去3年間の業績は増収増益基調が続いているとのこと。同社では、今後は、電話占い事業を基盤としながらその他エンターテイメント領域への展開を狙うとしている。

2015年3月期第2四半期連結実績

前年同期比での増収増益基調を継続

2015年3月期第２四半期連結累計期間の売上高は1,151百万円（前年同期比28.4%増）、売上総利益は1,084百万円（前年同期比29.6%増）、営業利益は508百万円（前年同期比16.8%増）、経常利益は507百万円（前年同期比16.8%増）、四半期純利益は301百万円（前年同期比13.3%増）となった。

なお、前4半期（2015年3月期第1四半期）に対する伸び率は、売上高は1.4%増収であったが、営業利益は4.8%減益となった。同社の事業は、不動産の媒体を中心として第4四半期に売上が集中する傾向があり、第2四半期、第3四半期は閑散期である。前期の第2四半期も、直前の第1四半期に対して、売上高は4.2%減収、営業利益は14.9%減益であった。

今四半期の売上高は、2014年7月にブレイン・ラボ社、同9月にリジョブ社を買収したことなどによって、閑散期にもかかわらず、直前の第1四半期に対し増収を確保した。利益面では、新規事業や買収などによる人件費増により、営業利益は同4.8%減益となったが、前期第２四半期の同14.9%に比べれば、マイナス幅は縮小している。また、今第３四半期の広告宣伝費に関しては、売上が増加したにもかかわらず、効率的な運用を行うことで減少している。

費用構造の動向

	2014年3月期		2015年3月期				対直前四半期	前年同期比
（百万円）	2Q	同構成比	1Q	同構成比	2Q	同構成比	伸び率(2Q/1Q)	伸び率
売上高	439	100.0%	572	100.0%	580	100.0%	1.4%	32.1%
人件費	26	5.9%	34	5.9%	47	8.1%	38.5%	80.5%
その他費用	11	2.6%	14	2.5%	23	4.0%	59.9%	104.1%
他勘定振替	-5	-1.2%	-23	-4.0%	-29	-5.0%	28.8%	435.7%
売上総利益	407	92.8%	546	95.5%	539	93.0%	-1.3%	32.4%
人件費	38	8.6%	60	10.6%	75	13.0%	24.5%	99.2%
広告宣伝費	122	27.8%	143	25.0%	114	19.7%	-20.3%	-6.6%
研究開発費	8	1.9%	6	1.1%	10	1.7%	71.4%	14.7%
その他費用	33	7.4%	77	13.4%	92	15.9%	20.4%	182.7%
営業利益	200	45.6%	260	45.6%	248	42.8%	-4.8%	23.9%

出所：会社資料をもとにSR社作成

連携メディアや提携先の増加などにより、案件数（DB数）の増加基調続く

同社が属するインターネット分野では、スマートフォン契約者数の増加やタブレット端末の普及により、インターネット利用シーンの多様化並びに利用頻度の増加が見られ、市場規模もそれに伴い拡大している。このような事業環境のもと、同社は、既存事業の展開領域及び展開地域の拡張に加えて、新規事業の創出並びにビジネスモデルの多様化を推進している。賃貸SMOCCA!-exをはじめ連携メディアや提携先が増加したことなどにより、案件数（DB数）は順調に増加している。2014年第2四半期末の総案件数は前年比23%増の622万件となった。これに応じて、第2四半期の月間ユニークユーザー数も同28%増の765万となった。

通期の業績見通し

同社は、今期の売上の見通しは期初計画を据え置いている。直近の2件の買収（ブレイン・ラボ社、リジョブ社）に伴う業績修正については、シナジー部分の効果を精査中とのこととしている。また、今第4四半期の繁忙期に向けて、第３四半期はリジョブ等に対して積極投資を行うとしている。SR社では、売上高に関しては、買収の効果により、上振れる可能性があると見ている。一方、利益面では、統合費用や新ビジネスの立ち上げ費用なども考えられるため、今しばらく動向を見極める必要があると見られる。

当四半期の主な事業トピックスは以下の通りである。

2015年3月期第2四半期の主な事業トピックス

展開領域の拡張	
リジョブ社	リジョブ社の完全子会社化でヘルスケア・理美容求人領域に参入
賃貸SMOCCA！-ex	賃貸物件掲載数が4年で400万件達成。地方物件の網羅性のさらなる向上などにより業界一位の500万件を目指す。
展開地域の拡張	
ZIGExN VeNtura社	JOB ZIGExNを8か国に展開。経営陣直下でのグローバルプロジェクト推進中。
収益形態・事業モデルの拡張	
ブレイン・ラボ社	7月に株式会社ブレイン・ラボの完全子会社化でB2B領域へ参入。求人領域を中心とした既存の事業とのシナジー効果についてフィジビリティスタディを実施中。
じげんスタンプ	8/18じげんスタンプをリリース。ビッグ・エー、ビッグカメラなどと提携。

出所：会社資料をもとにSR社作成

サービス開始4年間目にして、賃貸SMOCCA!-exの賃貸物件掲載数が400万件突破

既存事業では、９月には同社が運営する賃貸メディアである賃貸SMOCCA!の物件掲載件数がサービス開始4年間目にして400万件を突破する等、主力事業領域における複数の大手顧客との提携や新規顧客の開拓によりデータベースの拡充に努めた。技術面では、ウェブサイトの改修を継続するとともに、新たな広告手法・戦略を試験的に導入するなど、変化する市場動向に適合すべくサービスの最適化を図った。また、提供するコンテンツとユーザーニーズのマッチング精度の改善、ユーザー行動の分析によるサイト機能の改善等、ユーザービリティの向上に取り組んだ。

2014年11月11日には、同社が運営する賃貸SMOCCA！-exは、株式会社いい生活「スマートOneコンバート」の物件出稿機能との連携を2014年12月上旬から開始することを発表した。スマートOneコンバートは、いい生活社が独自に定める物件情報フォーマットであり、同社が提供するクラウドサービス「ESいい物件One 賃貸」から各不動産ポータルサイトへ物件情報を一括で出稿できるサービスである。今回の連携により、「スマートOneコンバート」を利用している不動産会社は、新たに賃貸SMOCCA！-exへ物件を掲載できるようになり、インターネットで空室を探すユーザー向けにより広く物件情報を公開することが可能となる。

賃貸情報メディアでは、株式会社ネクスト（東証1部2120）が運営するHOME'S（ホームズ）の物件数が500万件強であり、業界No.1である。賃貸SMOCCA!では、今後もユーザーの利便性を高められるよう、スマートフォン上での機能開発を進めると共に、不動産会社を介さない管理会社からの掲載強化や、地方物件の網羅性を更に高めるなどにより、物件数業界1位を目指すとしている。

ブレイン・ラボ社の買収と今後の戦略

2014年７月17日には株式会社ブレイン・ラボの全株式を取得し、ビジネスクライアント向けサービスを強化するとともに、既存サービスとのシナジー効果を発揮すべく協業を開始した。ブレイン・ラボ社は、人材紹介会社の業務に関する情報を一括管理し、その精度を高める人材紹介ASPシステムの提供を中心とした事業展開を行っている。主に人材紹介会社を中心に、パッケージ導入社数累計300社以上に達している。同社では、ブレイン・ラボ社のシステム導入先のデータベース取り込みが容易となることから、同社のメディア事業との親和性が高いとのこと。同社とブレイン・ラボ社とのビジネス面でのシナジーは、クライアントの相互紹介による既存事業領域での協業、両社のビジネスを組み合わせることによる周辺領域へのスライド、ZIGExN VeNtura社との連携による周辺地域の拡大などが考えられるとしている。

リジョブ社の完全子会社化

9月26日には株式会社リジョブの全株式を取得し、美容ヘルスケア領域へと進出した。リジョブ社は、美容・治療・リラクゼーション業界に特化した求人メディア「リジョブ」の運営している。このリジョブ社の求人メディアは業界最大級であり、掲載店舗数13,000店舗、登録ユーザー17万人以上（2014年11月11日時点）を有している。また、多様な課金体系や効率の高い営業部隊を持つほか、クライアント基盤は、都市圏と地方に分散しており、収益基盤も比較的に安定している。リジョブ社の現在のクライアント数は約3千社であるが、採用ニーズがある顕在ターゲット層は約3万社、潜在ターゲット層は約15万社であるとリジョブ社は推計している。同社は、リジョブ社の持つ営業ノウハウや顧客網を活用し、収益の最大化を図る意向である。

JOB ZIGExNの展開国拡張と、じげんスタンプのリリース

新規事業領域における進捗では、ベトナムの戦略子会社ZIGExN VeNtura Co.,Ltd.を主軸として、グローバルを対象とするサービスのフィジビリティスタディをさらに拡大させた。また、求人情報統合プラットフォームJOB ZIGExNの他国展開を推進し、日本を含む展開国数は8か国（日本、ベトナム、アメリカ、イギリス、インド、マレーシア、オーストラリア、フィリピン)となった。同社では、今下期以降はグローバル推進チームを経営陣直轄プロジェクトとし、積極的に推進するとのこと。十分なデータベースを獲得し、集客能力を高めたのちに海外のJOB ZIGExNのマネタイゼーションを図るとしている。

加えて、8月18日にはじげんスタンプをリリースし、同社の他サービスで獲得したユーザーのリテンション施策として活用するとともに、市場拡大が見込まれるO2O領域へと進出する等、事業モデルの拡大にも注力した。じげんスタンプとは、来店ポイントである『EXポイント』を集めて、多数の店舗のお得なクーポンと交換ができるサービスである。現在の対応店舗数は約250店舗であり、主な提携先としては、ポイント提供企業でBig-A、グルメシティ(関東店舗)等、クーポン提供企業でビッグカメラ等がある。同社では、提携予定企業が複数あるとしており、今期中の導入店舗数は1,000店舗を目標としている。

事業間シナジーの創出による成長ドライバーの確保

同社は、買収先ならびに新規事業の立ち上げをベースとして、事業ポートフォリオ間のシナジーの最大化を狙っている。主なポイントは、データベースの拡張余地の担保とユーザーリテンションの強化である。データベースの拡張余地の担保では、データベース獲得手法として、ブレイン・ラボのシステムを活用する。また、リジョブと連携しクライアント層の拡張を図る計画である。ユーザーリテンションの強化では、じげんスタンプ、よじげん証券などの日常消費領域のサービスを拡張しユーザーのリテンション率を上げ、ユーザー一人あたりの価値の最大化を図る計画である。

2014年3月期通期連結実績

2014年3月期は創業以来７期連続で増収増益

2014年3月期の売上高は1,927.2百万円（前期比64.4%増）、売上総利益は1,799.7百万円（同71.9%増）、営業利益は925.5百万円（同56.5%増）、経常利益は906.6百万円（同53.3%増）、当期純利益は536.3百万円（同50.3%増）となった。この結果、同社は創業以来7期連続の増収となり、営業利益も7期連続で増益となった。また、四半期ベースでも過去最売上・最高益を達成している。

費用構造の動向

	2013年3月期				2014年3月期				対直前四半期
（百万円）	3Q	同構成比	4Q	同構成比	3Q	同構成比	4Q	同構成比	伸び率(4Q/3Q)
売上高	278	100.0%	438	100.0%	465	100.0%	565	100.0%	21.5%
人件費	19	7.0%	26	6.0%	27	5.9%	27	4.8%	0.7%
その他費用	4	1.3%	28	6.5%	7	1.5%	14	2.5%	-
他勘定振替	-		-		-	-	-8	-1.4%	-
売上総利益	255	91.5%	383	87.5%	430	92.6%	532	94.2%	23.6%
人件費	39	14.2%	56	12.8%	56	12.1%	58	10.3%	3.4%
広告宣伝費	42	15.2%	85	19.4%	127	27.3%	145	25.7%	14.1%
研究開発費	7	2.7%	5	1.2%	4	1.0%	5	1.0%	21.4%
その他費用	18	6.5%	27	6.2%	29	6.4%	46	8.1%	54.4%
営業利益	147	52.7%	209	47.9%	212	45.8%	277	49.1%	30.3%

出所：会社資料をもとにSR社作成

案件数、ユニークユーザー数ともに堅調な増加基調が続く

同社グループが属するインターネット分野では、スマートフォンやタブレット端末の普及に伴って、インターネット利用者数の堅調な増加と利用シーンの拡大とともに、インターネット広告の市場規模も拡大している。同社の既存事業では、大手顧客との提携強化や市場活況を背景とした新規顧客獲得により案件数（DB数）を拡充した。この結果、2014年3月期末の案件数は前年比26%増の561万件となった。これに応じて、同社の月間ユニークユーザー数も増加基調を続けており、第4四半期の月間ユニークユーザー数は同21%増の694万となった。

当四半期の主な事業トピックスは以下の通りである。

2014年3月期第4四半期の主な事業トピックス

賃貸SMOCCA！-ex	“マイナビ賃貸”と物件情報に関するデータベース連携を開始。
薬剤師求人EX	“調剤薬局総合メディカル”と薬剤師求人情報の連携を開始。
中古車EX	“ガリバーインターナショナル”と中古車提案サービスの連携を開始。
にじげん社	戦略子会社「にじげん」通期黒字化達成。
ZIGExN VeNtura社	ベトナムの子会社「ZIGExN VeNtura」のオンライン航空券販売事業が収益化

出所：会社資料をもとにSR社作成

既存展開領域の深堀＆展開領域の拡大

2014年3月期には、新たに日常消費領域にあたる旅行領域において日本最大級のパッケージツアーデータを保有する国内旅行情報サイト「旅行EX」*をリリースした。また、当期より、子会社の株式会社にじげんでは、同社サービスの集客支援を始めており、連結グループ経営の強化を図るとともに、ユーザー課金型の新サービスの開発に努めた。一方、海外では、2013年3月期にベトナムに設立した戦略子会社ZIGExN VeNtura Co.,Ltdがオフショア開発拠点として機能するとともに、ベトナム国内でのライフメディアプラットフォーム構築に向けてフィジビリ

ティスタディを行う等、展開地域の拡張にも努めた。

*市場調査会社のユーロモニターが2013年に行った旅行会社市場調査によると、売上ベースでの日本国内最大の旅行会社は株式会社ジェイティービー（非上場）であり、JTB社では2014年９月末現在、約46,000件のツアーを扱っている。これに対し、旅行EXにおける連載数は約77,000件である。

新たな成長戦略推進の一つとしてインターキャピタル証券株式会社の全株式を取得

また、同社は、新たなビジネスモデル開拓による成長戦略推進の一つとして、2014年３月31日にインターキャピタル証券株式会社の全株式を現金58百万円で取得した。

2013年の東証の総取引額は2.4倍となる中で、個人取引額が3.9倍となった。また、2013年9月末のネット証券口座（有残高）数は1,292万口座（2008年3月末比で34%増）となり、増加トレンドが続いている。このため、同社では、証券市場における、この個人の投資回帰トレンドとネット移行トレンドに注目しており、インターネットを利用した個人による証券取引が拡大すると見ている。

インターキャピタル証券社の事業内容は証券業（第一種金融商品取引業、第二種金融商品取引業）であり、2013年3月期の売上高は19百万円、営業損失は41百万円、純資産は128百万円であった。また、インターキャピタル証券社は、2014年4月1日付で「株式会社よじげん証券」へ商号変更している。

貸借対照表

貸借対照表 （百万円）	10年3月期 単体	11年3月期 単体	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
資産						
現金・預金	142.6	173.1	202.7	584.1	1,903.8	3,837.3
売掛金	39.0	53.4	111.3	271.1	332.0	753.6
繰延税金資産	2.9	3.3	7.0	19.6	12.2	27.1
その他	11.0	10.6	28.8	35.7	96.8	44.6
貸倒引当金	-1.1	-1.3	-1.1	-0.1	-0.2	-2.1
流動資産合計	**194.4**	**239.1**	**348.8**	**910.3**	**2,344.6**	**4,660.5**
建物	11.1	11.0	13.2	4.6	67.8	62.2
工具、機器及び備品	2.3	1.8	1.6	1.3	15.9	21.5
有形固定資産合計	**13.4**	**12.8**	**16.1**	**5.9**	**83.6**	**83.7**
投資有価証券	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	350.5
敷金	15.9	15.9	24.7	24.7	-	-
繰延税金資産	-	0.8	0.8	0.5	0.1	9.8
その他	0.3	0.3	0.3	3.3	82.0	135.1
投資その他の資産合計	**16.2**	**17.0**	**25.8**	**28.5**	**82.1**	**495.4**
ソフトウエア	6.9	4.9	2.9	13.9	17.1	113.5
ソフトウェア仮勘定	0.4	0.0	0.0	0.0	6.9	44.1
無形固定資産合計	**7.4**	**4.9**	**2.9**	**13.9**	**24.0**	**3,149.2**
固定資産合計	**37.0**	**34.7**	**44.9**	**48.3**	**189.7**	**3,728.3**
資産合計	**231.4**	**273.8**	**393.7**	**958.6**	**2,534.3**	**8,388.8**
負債						
短期借入金	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2,580.0
一年内に返済の長期借入金	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	446.0
未払金	19.5	17.5	40.1	64.7	108.1	184.0
未払法人税等	31.4	33.6	82.5	204.8	274.2	329.3
その他	2.1	5.8	34.4	79.2	80.5	530.1
流動負債合計	**53.1**	**57.0**	**157.0**	**348.7**	**462.9**	**4,069.4**
長期借入金	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1,557.0
資産除去債務	0.0	0.0	0.0	0.0	17.7	18.0
固定負債合計	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**0.0**	**17.7**	**1,575.0**
負債合計	**53.1**	**57.0**	**157.0**	**348.7**	**480.6**	**5,644.4**
純資産						
資本金	70.0	70.0	70.0	78.4	531.4	531.4
資本剰余金	70.0	70.0	70.0	78.4	531.4	531.4
繰越利益剰余金	37.4	76.8	96.7	453.4	989.7	1,675.4
株主資本合計	177.3	216.8	236.7	610.2	2,052.5	2,738.2
新株予約権	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
為替調整勘定	0.0	0.0	0.0	-0.3	1.3	6.2
純資産合計	**178.3**	**216.8**	**236.7**	**609.9**	**2,053.7**	**2,744.4**
運転資金	39.0	53.4	111.3	271.1	332.0	753.6
有利子負債合計	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4,583.0
ネット・デット	-142.6	-173.1	-202.7	-584.1	-1,903.8	745.7

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

損益計算書

損益計算書 （百万円）	09年3月期 単体	10年3月期 単体	11年3月期 単体	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
売上高	**126.9**	**228.8**	**315.7**	**538.1**	**1,172.5**	**1,927.2**	**3,116.4**
前年比	-	174.7%	9.9%	-	160.3%	56.5%	56.5%
売上原価	36.3	45.0	64.9	84.6	125.5	127.5	288.3
売上総利益	**90.6**	183.7	250.8	**453.5**	**1,047.0**	**1,799.7**	**2,888.2**
前年比	-	102.8%	36.5%	-	130.9%	71.9%	60.5%
売上総利益率	71.4%	80.3%	79.4%	84.3%	89.3%	93.4%	92.7%
販売費及び一般管理費	68.2	122.1	183.0	226.3	455.5	874.2	1,676.8
売上高販管費比率	53.7%	53.4%	58.0%	42.0%	38.9%	45.4%	53.8%
営業利益	**22.4**	**61.6**	**67.7**	**227.3**	**591.5**	**925.5**	**1,211.4**
前年比	-	174.7%	9.9%	-	160.3%	56.5%	30.9%
営業利益率	17.7%	26.9%	21.5%	42.2%	50.4%	48.0%	38.9%
営業外収益	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	2.6	43.3
営業外費用	0.1	0.1	0.0	0.1	0.2	21.6	17.8
経常利益	**22.6**	**61.7**	**67.8**	**227.4**	**591.5**	**906.6**	**1,236.8**
前年比	-	172.7%	10.0%	-	160.1%	53.3%	36.4%
経常利益率	17.8%	26.9%	21.5%	42.3%	50.4%	47.0%	39.7%
特別損益	-4.8	-1.9	0.9	-13.9	0.0	21.0	1,236.8
税引前利益	17.8	59.8	68.7	213.5	591.5	927.5	1,236.8
法人税等	7.1	24.3	29.2	93.8	234.8	391.3	551.1
税率	39.8%	40.6%	42.5%	43.9%	39.7%	42.2%	44.6%
当期純利益	**10.7**	**35.5**	**39.5**	**119.7**	**356.7**	**536.3**	**685.7**
前年比	-	231.9%	11.1%	-	198.0%	50.3%	27.9%
利益率	8.4%	15.5%	12.5%	22.2%	30.4%	27.8%	22.0%

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書 （百万円）	10年3月期 単体	11年3月期 単体	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
営業活動によるキャッシュフロー (1)	-	-	172.5	406.1	588.0	817.1
投資活動によるキャッシュフロー(2)	-	-	-6.9	-41.0	-154.4	-3,431.6
FCF (1+2)	**-**	**-**	**165.7**	**365.0**	**433.6**	**-2,614.4**
財務活動によるキャッシュフロー	-	-	-107.0	16.6	884.5	4,532.4
減価償却費及びのれん償却費 (A)	-	-	5.1	37.3	13.0	137.7
設備投資 (B)	-	-	-9.7	-54.0	-83.0	-136.7
運転資金増減 (C)	-	-	58.0	159.7	60.9	421.6
単純FCF (NI+A+B-C)	**-**	**-**	**57.2**	**180.3**	**405.3**	**265.1**

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

その他の情報

沿革

[2006.06]　株式会社ドリコムとリクルートグループのジョイントベンチャーとして、株式会社ドリコムジェネレーションメディアの商号で設立
[2008.01]　現社長平尾丈氏が社長に就任
[2008.03]　ライフメディアプラットフォーム事業を開始、転職情報検索サイト**「転職EX」**サービス提供開始
[2008.07]　自動車検索サイト**「自動車EX」**サービス提供を開始
[2008.08]　派遣情報検索サイト**「派遣EX」**サービス提供を開始
[2008.09]　アルバイト情報検索サイト**「アルバイトEX」**サービス提供を開始
[2009.02]　ライフメディアプラットフォーム事業に集中するためにドリコムブログ事業を株式会社ドリコムに売却
[2009.06]　結婚相談所情報検索サイト**「婚活EX」**サービス提供を開始
[2009.09]　商号を株式会社じげんに変更
[2009.12]　看護師求人情報検索サイト**「看護師求人EX」**サービス提供を開始
[2010.02]　引越し見積もり情報サイト**「引越見積もりEX」**サービス提供を開始
[2010.03]　インターネットプロバイダー比較検索サイト**「プロバイダーEX」**サービス提供を開始
[2010.06]　賃貸不動産検索サイト**「賃貸SMOCCA!-EX」**サービス提供を開始
[2010.09]　株式会社じげんホールディングスを設立し、同社株式を全て取得
[2011.04]　同社を存続会社として株式会社じげんホールディングスを吸収合併
[2012.02]　ユーザー課金事業を営むサイトの開発及び運営を目的とし、同社子会社として**株式会社にじげん**を設立
[2012.06]　太陽光発電システム見積もり情報サイト**「太陽光発電EX」**サービス提供を開始
[2012.12]　チケット売買仲介サイト**「チケット・チェキットex」**サービス提供を開始
[2013.01]　薬剤師求人情報検索サイト**「薬剤師求人EX」**サービス提供を開始
[2013.01]　海外戦略子会社として**ZIGExN VeNtura Co.,Ltd**を設立
[2013.06]　国内パッケージ旅行検索サイト**「旅行EX」**サービス提供を開始
[2013.11]　東証マザーズに上場
[2014.02]　証券事業への参入を目的に**インターキャピタル証券株式会社**の全株式取得
[2014.04]　子会社インターキャピタル証券株式会社の称号を**株式会社よじげん証券**に変更
[2014.07]　B2B事業領域への参入を目的に**株式会社ブレイン・ラボ**の株式取得（子会社化）

ニュース&トピックス

2015年3月24日、同社は2015年3月期通期連結業績予想の修正を発表した。

2015年3月期通期連結業績予想

- 売上高：2,990百万円（前回予想2,718百万円）
- 営業利益：1,199百万円（同1,199百万円）

▶ 経常利益：1,199百万円（同1,199百万円）

▶ 当期純利益：631百万円（同631百万円）

修正理由

既存事業の伸長及び期中に実施したM&Aの効果により、連結売上高を修正した。利益に関しては、新規事業への先行投資及びM&A後の事業環境整備等により修正はないとしている。

大株主

大株主の状況　（　2015年3月末時点　）	所有株式数の割合
株式会社じょうげん	48.41%
平尾丈	22.98%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	1.67%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	0.93%
資産管理サービス信託銀行株式会社（証券投資信託口）	0.25%
楽天証券株式会社	0.20%
長澤　信治	0.20%
株式会社ＳＢＩ証券	0.18%
坪根　隆幸	0.16%
ＢＮＹ ＧＣＭ ＡＣＣＯＵＮＴＳ Ｍ ＮＯＭ	0.15%
計	75.11%

出所：同社有価証券報告書よりSR社作成

従業員

従業員数の推移

（人）	11/3 単体	12/3 連結	13/3 連結	14/3 連結	15/3 連結
従業員数	18	26	49	76	65
平均臨時雇用者数	3	6	10	24	9
合計	21	32	59	100	74

出所：同社有価証券報告書よりSR社作成

2015年3月期の単体会社の状況

従業員数(人)	平均年齢（才）	平均勤続年数(年)	平均年間給与（千円）
65(9)	28.14	2.16	4,488

出所：同社有価証券報告書よりSR社作成
＊平均年間給与には、基準外賃金を含む。
＊括弧内は平均臨時雇用者数で従業員数に含まず。

ところで

社名の「じげん」の由来は

同社によれば、社名である「じげん（ZIGExN）」には3つの意味を込めているとのこと。

1つ目は「次の元（もと）」。これはユーザーに対して、"次の意思決定の元"となる情報を提供するという意味である。

2つ目は「余剰次元」。同社によれば、宇宙は「縦」、「横」、「高さ」の3次元空間に「時間」を合わせた4次元世界だとされている。余剰次元とは宇宙物理学の用語で、未知の領域である5次元以上の世界のことを指すとのこと。同社はこの先、インターネットの余剰次元をつくっていくつもりとのことである。

3つ目は「ExN」。これは同社のロゴ「ZIGExN（じげん）」における後半のつづりである。Eはインターネット、xは掛け算。そして、Nは様々な産業や業界を指している。つまり、インターネットの力で色々な産業や業界を変革し、より良い未来を創っていくという意味である。

企業概要

企業正式名称	本社所在地
株式会社じげん　（英文ZIGExN.co.,Ltd）	東京都新宿区新宿6丁目27番30号 新宿イーストサイドスクエア5階
代表電話番号	**上場市場**
03-6380-2501	東証マザーズ
設立年月日	**上場年月日**
2006年6月1日	2013年11月22日
HP	**決算月**
http://zigexn.co.jp/#zigexn_top	3月
IRコンタクト	**IRページ**
	http://ir.zigexn.co.jp/
IRメール	**IR電話**
	03-6380-2651

株式会社シェアードリサーチについて

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。SR社の現在のレポートカバレッジは以下の通りです。

株式会社アイスタイル
あい ホールディングス株式会社
株式会社アクセル
アクリーティブ株式会社
アズビル株式会社
アズワン株式会社
アニコムホールディングス株式会社
株式会社アパマンショップホールディングス
アンジェスMG株式会社
アンリツ株式会社
アートスパークホールディングス株式会社
株式会社イエローハット
イオンディライト株式会社
株式会社伊藤園
伊藤忠エネクス株式会社
株式会社インテリジェント ウェイブ
株式会社インフォマート
株式会社イード
株式会社Aiming
株式会社エス・エム・エス
SBSホールディングス株式会社
エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社
エレコム株式会社
エン・ジャパン株式会社
株式会社オンワードホールディングス
亀田製菓株式会社
株式会社ガリバーインターナショナル
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
KLab株式会社
株式会社クリーク・アンド・リバー社
グランディハウス株式会社
ケネディクス株式会社
株式会社ゲームカード・ジョイコホールディングス
株式会社ココカラファイン
コムシスホールディングス株式会社
サトーホールディングス株式会社
株式会社サニックス
株式会社サンリオ
株式会社ザッパラス
シップヘルスケアホールディングス株式会社
シンバイオ製薬株式会社
株式会社ジェイアイエヌ
Jトラスト株式会社
株式会社じげん
ジャパンベストレスキューシステム株式会社
GCAサヴィアン株式会社
スター・マイカ株式会社
株式会社スリー･ディー･マトリックス
ソースネクスト株式会社
株式会社髙島屋
タキヒヨー株式会社
株式会社多摩川ホールディングス
株式会社ダイセキ
株式会社チヨダ
株式会社ティア
DIC株式会社
株式会社デジタルガレージ
株式会社TOKAIホールディングス
株式会社ドリームインキュベータ
株式会社ドンキホーテホールディングス
内外トランスライン株式会社
長瀬産業株式会社
ナノキャリア株式会社
日進工具株式会社
日清紡ホールディングス株式会社
日本エマージェンシーアシスタンス株式会社
日本駐車場開発株式会社
株式会社ハーモニック・ドライブ・システムズ
伯東株式会社
株式会社ハーツユナイテッドグループ
株式会社ハピネット
ピジョン株式会社
フィールズ株式会社
株式会社フェローテック
フリービット株式会社
株式会社ベネフィット・ワン
株式会社ベリテ
株式会社ベルパーク
株式会社VOYAGE GROUP
松井証券株式会社
株式会社マックハウス
株式会社マネースクウェアHD
株式会社 三城ホールディングス
株式会社ミライト・ホールディングス
株式会社メディネット
株式会社夢真ホールディングス
株式会社ラウンドワン
株式会社ラック
リゾートトラスト株式会社
株式会社良品計画
レーザーテック株式会社
株式会社ワイヤレスゲート

※投資運用先銘柄に関するレポートをご所望の場合は、弊社にレポート作成を受託するよう各企業に働きかけることをお勧めいたします。また、弊社に直接レポート作成をご依頼頂くことも可能です。

ディスクレーマー

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ／Shared Research.inc
東京都文京区千駄木3-31-12
http://www.sharedresearch.jp
TEL：(03)5834-8787
Email: info@sharedresearch.jp